2023-2024 安利(中国)
环境、社会及治理(ESG)报告

安利(中国)日用品有限公司

关于本报告

报告概览
欢迎阅读《2023–2024安利（中国）环境、社会及治理（ESG）报告》（以下简称“ESG报告”或“本报告”）。本报告面向公司各利益相关方，旨在重点披露安利（中国）日用品有限公司（以下简称“安利（中国）”、“安利”、“公司”或“我们”）在环境、社会及治理方面的管理、实践与重点绩效，回应各利益相关方的重点关切。

时间范围
本报告覆盖的周期为2023年1月1日至2024年12月31日，为保证信息连贯性，部分内容及数据信息涵盖以往年份或涉及2025年。

资料来源
报告所使用的数据和案例均来自安利（中国）日用品有限公司公开信息、相关统计报告、内部资料及文件。

报告组织范围及边界
本报告以安利（中国）日用品有限公司为主体，不包括其他国家及地区的组织。

编制依据
本报告参考全球报告倡议组织《可持续发展报告标准》（GRI Standard），同时回应联合国可持续发展目标（UN SDGs）所关注的相关议题，结合本公司现阶段发展情况进行编写。

报告可靠性保证
安利（中国）保证报告披露相关资料的真实性和可靠性，保证报告内容不存在任何虚假记录或误导性陈述。

语言版本
本报告为中文简体版本。

报告获取
本报告电子版可在安利（中国）官方网站 https://www.amway.com.cn/amwayChinaV2/index.html 浏览及下载。

2023–2024 安利（中国）
环境、社会及治理（ESG）报告

目录 | COTENTS

关于本报告 2

专题 4
尽情绽放，一起美好 30 年 4
安利（中国）三十年 ESG 大事记 6
一个“零碳”产品的旅途 8

领导致辞 10
公司介绍 12
安利中国可持续发展战略体系 14

第一章 可持续的绿色健康之路 23
笃行绿色发展承诺 24
推广绿色健康解决方案 30
践行环保守卫绿水青山 36

第二章 有价值的大健康共享平台 49
搭建人人可为创业平台 50
打造员工可持续成长平台 58
共建合作伙伴赋能平台 66

第三章 更美好的全面健康社会 71
提升公众健康素养 72
共建美好生活社群 75
弥合社会健康差距 78

第四章 稳健的公司经营根基 83
持守合规前行之道 84
筑牢风险管理防线 88
守护数字时代信任基石 93

奖项与荣誉 98
关键绩效表 100
报告索引 103
审验声明 104
专家点评 106

尽情绽放
一起美好30年

三十年前，安利（中国）在广州开发区奠基，从广州生产基地的奠基桩开始，开启了与中国市场的双向奔赴。彼时，面对各地“安利能带来什么”的疑问，广州开发区干部却提出“我们能帮您什么”的真诚叩问，这份信任成为安利扎根中国的精神基石。三十载长跑，安利从生产线引进者蜕变为全球供应链枢纽，中国连续22年稳居安利全球最大市场，更成为其创新引擎与可持续发展标杆。三十载风雨，安利通过“In China for China”（在中国为中国）的本土化战略，一步一步深植中国市场，在科技、社区、环保、创业赋能等各个维度，同我们的员工和社群一同绽放盛开30年的“美好生活之花”。

创新基因催动科技绽放。当四川有机农场的传感器实时回传土壤墒情数据，当嫦娥六号搭载的中草药种子在浩瀚宇宙中孕育新生，安利（中国）的科技创新早已超越实验室范畴，成为赋能产业变革的“中国智慧”。2015年，安利投资2亿元建立无锡植物研发中心，这是全球首个聚焦中草药有机种植的科研平台，其完成的菊花全基因组测序推动中医药标准化进程；2024年，纽崔莱90周年之际，中草药种子首次规模化航天育种，为中医药现代化注入新动能。数字化转型则重塑商业生态，2016年启动的“安利云购”实现98%线上销售占比，智能推荐系统与24小时送达服务，让20万营销人员轻量化创业成为现实。从一片荒地走向如今占地14.1万平方米的现代化工厂，安利（中国）通过数字化将广州生产基地打造成为安利在海外最大的生产基地，向50多个国家和地区供应全球近50%的产品销售。

坚守标准历练品质绽放。安利对健康的守护从不止于产品，更延伸至全生命周期的责任担当。NutriCert™有机认证体系让全球农场遵循统一标准，2023年诞生了SGS认证的“中国首款零碳蛋白粉”，2025年全线碳中和的中国传统本草产品线呼应国家双碳目标。在科研标准方面，安利同样始终引领行业：三次参与修订《中国居民膳食营养素参考摄入量》，推动植物营养素纳入国家标准；细胞级抗衰科技重新定义健康老龄化，让千万家庭见证时间馈赠而非岁月痕迹。

共生力量唤醒社区绽放。2023年，安利（中国）将战略从“大健康”升维至“美好生活之花”——以身体健康、情绪健康、良好关系、绿色和谐等八大维度为花瓣，构建覆盖全生命周期的价值网络。数十万由营销人员运营的运动、亲子、文化社群，成为健康中国落地的毛细血管——36.73%的参与者改善健康状况，30.8%拓展社交圈层，上班族在体验实体放松自我，银发族在太极社中重拾活力。这份温暖更延伸至远山村落：安利公益基金会捐建的“春苗厨房”惠及345.7万乡村儿童，10万志愿者278万小时的足迹，从极地科考站延伸至震后废墟，让“守望相助”成为可触达的日常，八获中华慈善奖也成为我们与社会共生的最好证明。

零碳未来点亮绿色绽放。早在2010年，安利（中国）就依据ISO14064标准启动碳基线盘查，锚定了减碳与可持续改善的重点方向。在绿色工厂的打造中，我们坚持用地集约化、原料无害化、生产洁净化、废物资源化、能源低碳化的可持续发展理念，打造覆盖原料、包材、生产到仓储物流全流程的绿色供应链，通过技术升级、能源替代、循环利用等方式多维度开展节能减排。“2038年实现企业碳中和”的目标宣示着安利（中国）的“绿色答卷”，更彰显了跨越三十年的绿色承诺。

赋能梦想助力创业绽放。当数字化中台为创业者提供3万条培训素材，当全国191家线下体验实体转型为“健康生活方式推广中心”，安利（中国）正重新定义创业内涵。轻资产模式让宝妈、退休教师等群体通过社群运营实现价值创造，五年21亿元的战略投资中，7亿元将升级广州生产基地，5亿元投入航天育种与抗衰研发——这些布局让中国传统本草产品等“中国智造”产品走向全球，完成从“市场追随者”到“创新输出者”的历史性蜕变。

三十载春秋，安利（中国）以科技为根、品质为脉、社群为叶、绿色为魂、创业为枝，让“美好生活之花”在神州大地灼灼绽放。安利（中国）的三十年征程，已然超越商业叙事，成为跨国企业与时代中国同频共振的可持续发展范本。未来，安利将继续秉持信念，与十四亿中国人共绘“尽情绽放，一起美好”的新图景——因为每一粒种子的破土，终将汇成时代的春天。

安利（中国）
三十年ESG大事记

1995

安利（中国）日用品有限公司在广州隆重开业

1998

开设第一家线下门店，以“店铺+雇佣推销员”的方式积极调整经营模式，合法合规经营

2002

安利（中国）首次牵手中国极地科考队，并在此后20多年用健康和环保陪伴科考队每一次航行

安利纽崔莱首次参与修订《中国居民膳食营养素参考摄入量》

2003

安利（中国）针对非典疫情研发免洗净手凝露
助力抗击疫情

2004

营销人员培训中心成立，开创直销行业“学院式培训”先河

2005

安利（中国）首获“中华慈善奖”

安利（中国）在全国30个省实现植树100万棵的目标

2007

安利（中国）员工发起内部环保知识学习小组，并逐渐发展为安利第一个员工环保项目

2008

安利（中国）为5 · 12汶川地震捐助3,800余万元

2011

安利公益基金会成立

2012

安利纽崔莱“营养中国行”启动

2015

安利（中国）与中国营养协会一同联合研发国内首个儿童营养咀嚼片公益产品，助力中国儿童摆脱营养不良困扰

无锡植物研发中心落成，成为安利全球首个中草药植物有机种植规范和提取物研究科研平台

2021

安利大健康战略启动
确立全面健康推动者企业形象定位

2023

安利（中国）全系列蛋白粉成为SGS认证的中国首款零碳蛋白粉

发布2022年安利（中国）可持续发展报告，承诺于2038年实现企业碳中和

2024

纽崔莱90周年，开创中草药规模化航天育种先河

安利大健康智创园宣布完成光伏并网发电，并计划于2030年打造成安利全球首家“零碳工厂”

2025

安利（中国）成立30周年，全球第五家、中国第一家安利自有有机农场落户四川

一个“零碳”产品的旅途

从1959年安利的两位创办人杰·温安洛和理查·狄维士在产品研发之初便做出“拒绝含磷配方，采用可生物降解成分，通过浓缩技术减少包装材料”的决定开始，到2010年广州生产基地决定开展温室气体盘查，再到2023年安利（中国）承诺2038年实现企业碳中和，“环境友好”及“零碳”的理念便深深植根安利基因。

2023年，安利（中国）蛋白粉产品全线碳中和；2025年，安利（中国）中国传统本草产线全线碳中和；2030年，安利大健康智创园将被建设成为安利全球首家零碳工厂……安利每一个产品从有机种植原料到送至消费者手中，“零碳旅途”一直在路上。

有机种植

来自安利自有/认证农场，采用纽崔莱可持续农耕体系，推行作物轮作、零污染管理，禁用化学合成药剂，减少温室气体排放并推进土壤固碳

植物原料选用

采用中草药原料（如菊花、铁皮石斛）与豌豆蛋白替代动物蛋白，降低资源消耗

零碳工厂打造

从建筑设计之初采用集中式能源供应及轻钢低碳建材，引入低耗能设备，推进光伏并网，引入能碳管理系统实时监测能耗，计划于2030年打造成为安利全球首个零碳工厂

清洁生产及包装优化

改良纯化水工艺，同时采用来自光伏发电的清洁能源进行生产，使用可降解材料，减少包材重量，并开展包材回收和再利用

绿色物流

- 大力推动家居送货环节循环纸箱使用，23%订单采用循环纸箱
- 与物流合作伙伴推动氢能物流车应用，并已在广州生产基地及安利大健康智创园投入运输

绿色仓储

仓库LED照明与智能温控系统降低能耗

碳中和产品认证

安利（中国）蛋白粉产品系列和中国传统本草产品系列通过权威机构碳中和认证，标注碳中和标签，成为认证“零碳”产品

公众倡导

- “我的零碳生活——安利低碳嘉年华”走入15城，开展21场活动，带动4.2万人体验零碳生活
- 通过开发“安利碳账本”小程序，针对营销人员发起“你行动，我配捐”，以个体力量带动社会低碳生活转型

与您共绽
美好生活之花

三十载春华秋实，当“美丽中国”写入现代化蓝图，当“双碳目标”成为全民行动，当ESG从商业准则升维为发展哲学——我们深刻感受到，可持续发展已从时代命题渗透入企业基因。安利（中国）扎根神州大地三十年，坚定相信“投资中国就是投资未来”，不仅成就了一家跨国企业与东方沃土共生共荣的美好图景，更以“美好生活之花”战略重塑商业价值维度，实现了社会责任与企业成长的同频绽放。

绿色根脉深植创新沃土。从创立之日起，绿色发展就深植于安利的企业基因。在安利大健康智创园，16,436平方米光伏板正将阳光转化为年300万度绿电的涓涓细流，汇聚于2030年安利全球首家“零碳工厂”的壮阔蓝图；中国传统本草产品生产线冷风干燥技术的革新，让能耗直降80%；23%订单采用的可循环使用纸箱，载着碳中和蛋白粉产品，穿梭于氢能运输物流网络，完成从田间到餐桌的绿色接力；“安利低碳嘉年华”正走入全国15个城市，带动4.2万人投身低碳实践；中草药植物原料的种子正通过"航天育种"技术遨游寰宇，抗性全面提升的“良种”资源，让传承千年的中草药智慧再次焕发现代生机——这一份份对地球的承诺，早已超越2038年全面碳中和的路线图，升华为“绿水青山就是金山银山”的生动实践。

希望枝干托举万众微光。安利的创业平台，始终是平凡人实现美好人生的沃土。当退休的银发族在美好生活社群里开启“老有所养、老有所乐、老有所为”的全新生活，当宝妈们通过分享自己的健康改变和健康方案给身边人开始“轻创业”，当初入社会的年轻人在兴趣社群里找到志同道合的创业伙伴，无数人在这里重塑了自己的人生边界。当安利（中国）培训中心基于营销人员能力模型，开发了丰富的课程体系并带来多元培训，当海外进修研讨的足迹走遍全球25个国家，持续的成长赋能正在点亮无数人的梦想灯盏。安利也正在成为促进灵活就业，参与和谐社会、美好社会建设的积极力量。

美好果实丰盈健康中国。从“产品提供者”蜕变为“全面健康推动者”，安利（中国）的三十年耕耘超越了商业叙事。如今，191家安利线下体验实体，成为了城市社区里的“健康生活枢纽”；安利伙伴创建的美好生活社群，正在为万千中国家庭带去健康生活理念和健康生活方式；安利携手中国营养学会编制的“中国居民早餐营养健康模式”和推动的早餐营养科普，也正在让健康早餐融入中国人的烟火寻常；安利参与倡导的“健康中国 我们行动”更是走过百城，覆盖过亿人群；安利公益基金会成立以来，捐建了近四千所“春苗营养厨房”、供应了4,000万片儿童营养咀嚼片、也将营养热餐送达五百万乡村儿童的餐桌，让“健康平权”的理想翻越远山，在泥土深处扎根……我们看见健康正从个体关怀扩展为社会生态，成为全民美好生活的毛细血管。

未来之路铺展共生画卷。今天这份报告，不仅是对三十载信任长跑的致敬，更是面向未来的誓约。在本年度的报告中，您将会更详细地阅读到安利（中国）过去的成长与变化，更清晰地了解到安利（中国）在环境、社会乃至治理方面的成效与愿景，更明确地感受到我们绘制可持续发展未来的满腔热情。安利愿继续做时代的美好生活“种花人”——以今日深耕滋养明日绽放，与您共谱“一起美好”的下个三十年华章！

余放

安利（中国）董事长兼总裁

公司介绍

安利（中国）是全球最大直销公司美国安利公司的全资子公司，于 1995 年 4 月开业，投资总额 2.35 亿美元，总部设于广州。目前，经营区域遍布全国 31 个省市自治区，共有约 4000 名员工，以及近 20 万名活跃营销人员。

作为全球健康产业的领军企业，安利（中国）始终以“帮助人们过上更健康、更美好的生活”为使命，在 30 年的深耕中，逐步构建起覆盖研发、生产、物流、数字化到体验设施的全方位本土化运营体系；基于“实现人民对美好生活的向往”这一国家战略机遇和“健康中国”的时代目标，安利（中国）从大健康战略进一步升级，推出“美好生活之花”的价值主张，为消费者提供一整套集身体健康、情绪健康、关系健康、财务健康、个人成长等于一体的“美好生活解决方案”。

安利产品覆盖了健康营养、健康美肤、健康个护、健康家居四大领域，目前中国市场在售产品约 240 款。其中，拥有 90 余年历史的纽崔莱是全球膳食补充剂领先品牌，专注植物营养，形成涵盖蛋白质、维矿类及功能性营养补充剂、益生菌、中国传统草本四大核心品类的产品矩阵。凭借这一丰富多元的产品体系，安利（中国）聚焦多人群不同阶段的健康需求，针对性推出“营养早餐”“活力焕龄”“代谢健康”等创新解决方案，为中国消费者提供从基础营养补充、到系统性抗衰、再到多种功能性解决方案的全面健康支持。

安利全球科研网络汇聚 800 余名科研人员、75 个实验室及超 900 项专利技术，与全球各市场共享科研成果。目前，安利在中国布局了三大研发中心，其中，广州、上海研发中心聚焦基础研究与产品创新，无锡植物研发中心则专注于传统草本有机种植与提取技术。在生产领域，面积超 14 万平米的广州生产基地与安利大健康智创园形成现代化产业布局，年产能超 600 亿元人民币，除了满足中国市场需求，还出口马来西亚、新加坡、泰国、日本等安利市场，成为安利全球供应链的核心枢纽。

秉持帮助营销伙伴成功的理念，安利（中国）打造了一套全方位的营销人员赋能与成长支持体系，包括：涵盖产品知识、营养专业、营销技能和社群运营方法等在内的系统化人员培训，强大的健康内容中央厨房，结合大数据和 AI 技术的数字化服务工具，以及遍布全国的线下体验实体。依托这一支持体系，安利（中国）支持营销人员打造丰富多彩的美好生活社群，分享健康知识、推广健康生活方式，构建起“美好生活社群”创业模式。

安利（中国）始终秉持企业社会责任和可持续发展理念：成立了国内第一家由民政部主管、具有跨国企业背景的公益基金会，创立了以营销人员为主体的安利志愿者协会，多年来专注于儿童公益、绿色环保及积极提供志愿服务；截至 2024 年 12 月，累计捐赠和赞助款项超 11 亿元人民币，受益儿童超过 510 万。历年来，公司在企业发展、产品品质、公益慈善等多个领域累计获得奖项超过 11,000 个，其中国家级奖项近 900 项，并八度荣获“中华慈善奖”。此外，安利（中国）还积极参与社会事务，现为中国外商投资企业协会副会长单位、中国保健协会副理事长单位。

2023–2024 安利（中国）
环境、社会及治理（ESG）报告

安利（中国）
可持续发展战略体系

扎根中国30年，安利始终以“帮助人们过上更健康，更美好的生活”为愿景，坚持企业发展与中国社会发展同步聚合、同频共振。在可持续发展道路上，安利（中国）实践步履不停，并以完整的可持续发展战略、完善的可持续发展治理架构，积极回应联合国可持续发展目标，推动安利及中国的可持续发展。

联合国可持续发展目标响应

安利（中国）坚定支持并积极响应联合国可持续发展目标，将这一全球愿景深度融入企业的核心战略与日常运营。我们致力于在推动业务发展的同时，积极承担社会责任，通过赋能社会个体、倡导健康生活、践行环境责任、支持社区发展以及构建广泛的合作伙伴关系，努力创造积极、持久的影响力。安利（中国）将行动聚焦于人、社区与地球的共同福祉，以实际行动为构建一个更加公平、健康、繁荣、可持续的未来贡献力量。

为此，安利（中国）以联合国17个可持续发展目标为出发点，结合公司的实际经营和业务情况，选择出了9项安利（中国）侧重承诺的可持续发展目标，其中，3项为行业相关的基础目标，5项为与公司业务高度相关的特色目标，1项为公司将持续稳定投入的长期目标。

6 清洁饮水和卫生设施

· 广州生产基地持续推进中水回收，2023及2024年总计中水回收量达208,340吨

8 体面工作和经济增长

· 贯彻平等雇佣的原则，保障男女同工同酬
· 建立三位一体治理机制，为创业者搭建起安心经营、持续成长的良性平台

12 负责任消费和生产

· 与第三方企业合作推动低碳循环经济模式打造，探索“从废品到产品”的绿色回收路径，开发蛋白粉空罐回收再生活动，两年累计回收蛋白粉空罐23,667个
· 探索轻量化包装设计，减少非必要包装材料的使用

基本目标

2 零饥饿

· “春苗营养厨房”，解决贫困地区农村学龄儿童在校就餐问题
· “为5加油——学前儿童营养改善计划”改善孩子们因营养不良导致的发育迟缓、维生素及矿物质缺乏等健康问题
· “健康童乐园——儿童全面健康支持计划”为中国乡村地区0–6岁儿童家庭提供健康环境物资包、构建亲子小乐园

3 良好健康与福祉

· 持续积极参与“健康中国 我们行动”全民健康素养提升项目，全力投身健康中国建设
· 建立分层保险保障体系，并打造“安心驿站”心理援助计划（EAP）
· 建立覆盖全员、全流程的健康安全保障机制，获得ISO 45001职业健康安全管理体系认证

5 性别平等

· 拓展女性职业发展空间并形成核心创新力量，实现营销人员中女性占比75%
· 开展女性能量、女性形象、女性护肤新观念为主题课程吸引21万人次学习
· 2023–2024年，公司女性员工产假后返岗比例达到100%

15 陆地生物

· 构建全程绿色营养保健品产业体系，通过高规格农耕标准NutriCert™认证合作农场，保障植物全生命周期可追溯

特色目标

17 促进目标实现的伙伴关系

· 安利（中国）累计主导及参与制定各类国家标准、国家行业标准和地方标准逾60项
· 安利（中国）积极参与首届中国数智健康学术会议，深度探讨数智技术在健康领域的融合应用

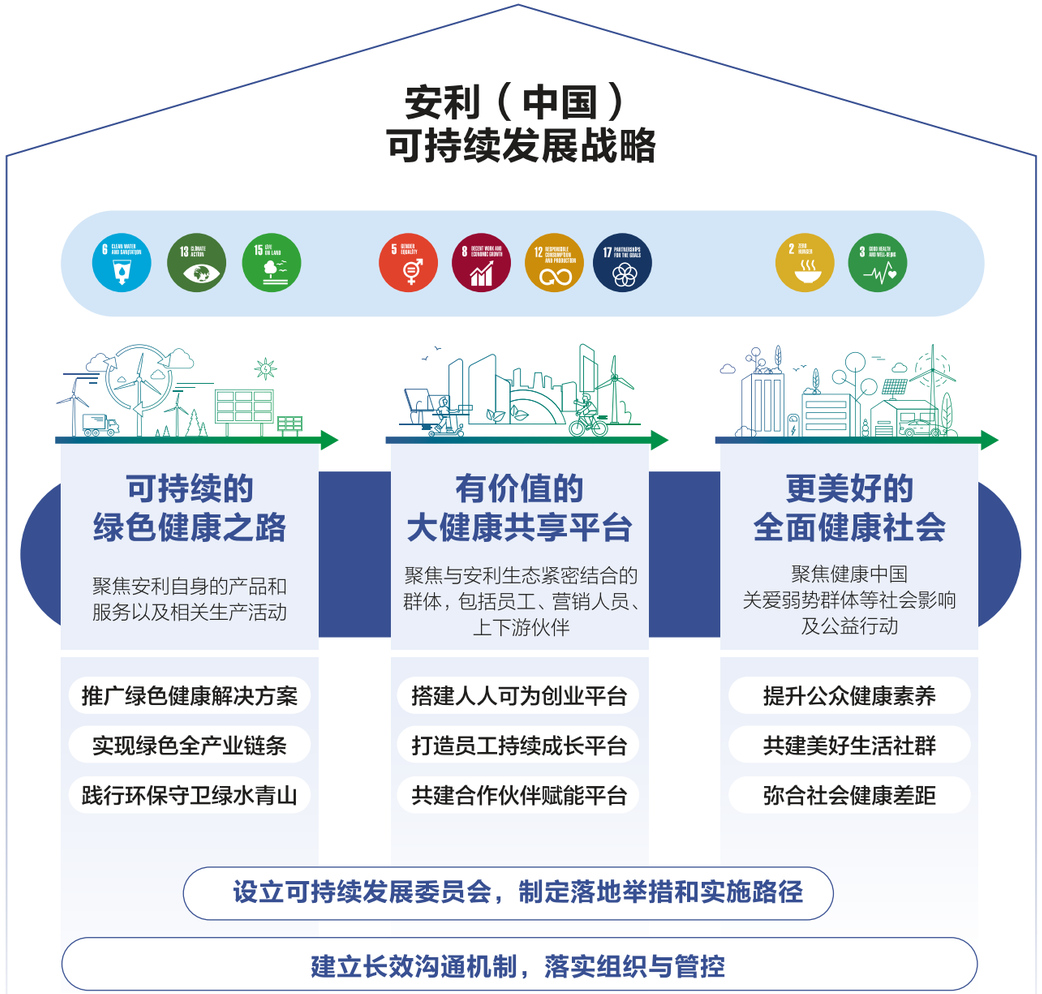
13 气候行动

· 构建“HOPE”可持续发展战略框架，并成立可持续发展委员会
· 承诺于2038年实现企业碳中和

长期目标

可持续发展战略

安利（中国）以“帮助人们过上更健康、更美好的生活”为愿景，通过深耕环境责任、赋能合作伙伴、贡献社区发展三大领域，将可持续发展深度融入企业基因，并形成了三大战略支柱——“可持续的绿色健康之路”“有价值的大健康共享平台”“更美好的全面健康社会”。同时，围绕三大支柱，公司将9项联合国可持续发展目标融入其中，并以此为导向，系统性地规划与落实了一系列行动，有力推动了重点可持续发展议题的实质性进展，确保公司在助力全球目标实现的进程中稳步前行。



HOPE 可持续发展战略框架

安利（中国）以战略愿景、战略支柱、战略实践为基础，进一步构建了“HOPE”可持续发展战略框架。HOPE（希望）既是安利（中国）可持续发展战略的框架，也是安利从创办之初一直坚持的四大基石卓越理念之一，更是安利可持续发展行动追求的目标——让未来更有希望。

Health

可持续的绿色健康之路

通过为消费者提供可以满足个性化需要的绿色健康解决方案、全产业链的绿色生产及负责任的绿色消费创造出中国的绿色健康之路

Opportunity

有价值的大健康共享平台

安利为创业伙伴、员工和合作伙伴均提供了全面的发展机遇，通过安利搭建的大健康创业平台、持续成长平台和赋能平台，助力人人发展

People

更美好的全面健康社会

人是社会的组成单位，我们关注每一个人的健康福祉，希望通过美好生活社群、健康素养提升、帮助弱势群体等行动让美好生活之花处处绽放

Eco-system

高效协作的生态系统

安利通过设立可持续发展委员会，制定落地举措和实施路径；通过建立长效沟通机制，落实组织与管控，构建一个高效协作的生态系统，以确保以上可持续发展目标的实现

可持续发展管理体系

为了更好地统筹推进可持续发展工作，并持续将可持续发展工作与安利（中国）的日常工作紧密结合，安利（中国）自2022年起建立了“可持续发展委员会 – 可持续发展秘书处 – 各部门ESG对接人”的多级可持续发展管理体系，通过明确的管理架构和合理的部门分工，切实推进落实可持续发展价值主张。

决策层

可持续发展委员会	由安利（中国）董事长兼总裁担任负责人 各职能部门负责人组成委员会成员，负责建议、决策安利中国可持续发展整体规划
可持续发展秘书处	由企业社会责任部门承担相应职责 负责统筹落实安利中国可持续发展各项工作内容，组织召开年度安利中国可持续发展全体工作会议

执行层

由职能部门的负责人指定一人担任本部门在委员会中的ESG对接人，负责与本部门相关工作内容的落实、跟进与交付成果。

全国业务部ESG对接人	负责组织与营销伙伴相关的ESG相关事务，如面向营销伙伴的宣讲与培训
营销人员赋能中心ESG对接人	可持续发展涉及安利和纽崔莱品牌宣传的内容生产以及社群活动的策划执行
市场部ESG对接人	与ESG相关的产品与包装设计及产品宣发事宜
供应链ESG对接人	工厂碳盘查、产线优化及减排、零碳工厂打造、零碳物流、支持产品碳中和、蛋白粉空罐回收再生等举措
科创中心ESG对接人	负责产业链上游及涉及产品的低碳研发，如有机种植和可持续包装材料的研发等
财务部ESG对接人	负责原材料采购等与ESG相关事务
公共事务部ESG对接人	项目统筹，跨部门项目规划与实施，内部培训与宣传
人力资源部ESG对接人	负责员工成长平台的ESG相关建设

为了更好地持续推动落实HOPE可持续发展战略框架，增强部门间协同合作，安利（中国）搭建了长效沟通机制。可持续发展委员会每年定期由秘书处组织召开全体工作会议，共同商议下一年度安利（中国）可持续发展领域的核心工作方向和重点项目，并通过季度会议与委员会同步工作进展、校准工作目标。继2022年安利（中国）首次可持续发展战略委员会会议确定了以“帮助人们过上更健康，更美好的生活”战略愿景后，2023年、2024年会议持续深入探讨“零碳”产品等相关议题，就安利（中国）碳中和目标和路径的具体实现等重点工作做出安排，为2025年及更长久未来的可持续发展奠定基础。

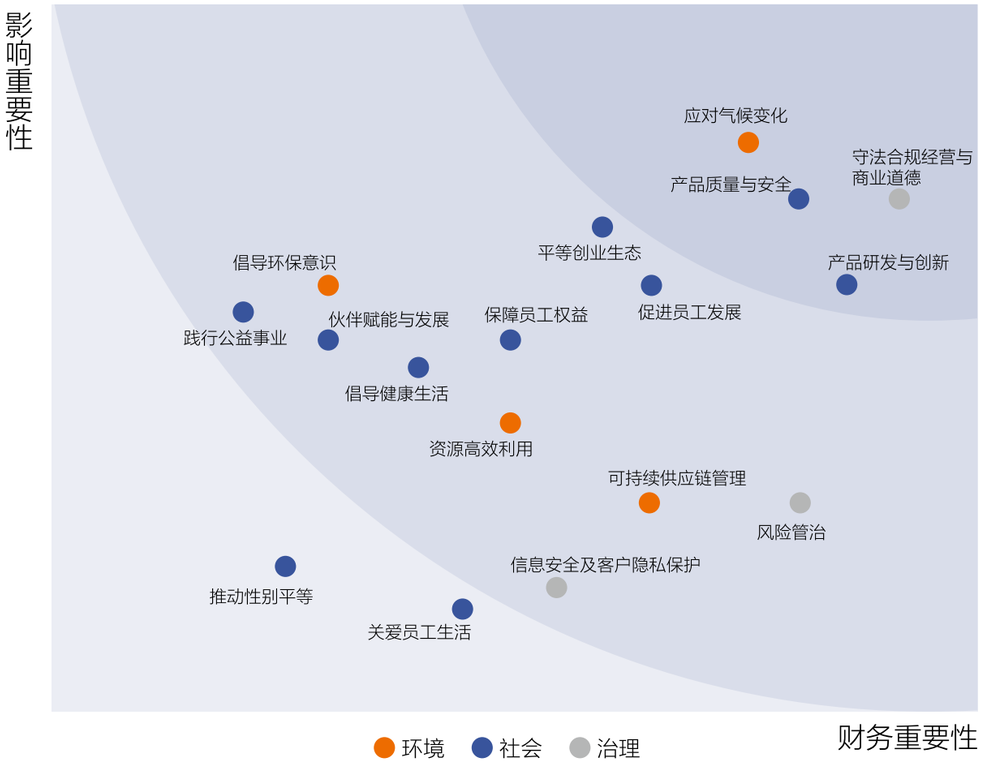
双重重要性分析

安利（中国）综合分析公司价值链，结合公司战略方向和业务特点、利益相关方关切、国家宏观政策及联合国可持续发展目标，同时参考国内外可持续发展相关标准，首次开展了针对可持续发展相关议题的“双重重要性识别与分析”。公司共识别和筛选17项可持续发展议题，包括4项环境议题、10项社会议题及3项治理议题。

安利（中国）重要性议题

我们分别对安利（中国）各项议题表现对经济、社会和环境产生的实际和潜在影响及各议题短、中、长期对公司的财务影响进行评估。通过开展利益相关方沟通、公司内部评估并参考外部专家意见，从“影响重要性”和“财务重要性”两个角度形成双重重要性矩阵，并将议题矩阵作为企业可持续发展管理、实践及信息披露的重要指导，更好地促进安利（中国）未来的可持续发展及企业经营。具体分析结果如下矩阵所示。

安利（中国）2023 – 2024 年
双重重要性议题分析矩阵



经双重重要性分析，4项议题对于安利（中国）可持续经营发展及财务状况具有高度重要影响，11项为中等重要议题，2项为一般重要议题。

高度重要议题	中等重要议题		一般重要议题
守法合规经营与商业道德	保障员工权益	倡导环保意识	关爱员工生活
应对气候变化	促进员工发展	资源高效利用	推动性别平等
产品质量与安全	伙伴赋能与发展	风险管治	
产品研发与创新	平等创业生态	信息安全及客户隐私保护	
	倡导健康生活	可持续供应链管理	
	践行公益事业		

利益相关方沟通

安利（中国）深刻认识到，企业的可持续发展根植于与各利益相关方建立的互信、互利、互促的坚实关系。安利（中国）始终以“健康中国”战略为核心指引和行动纲领，持续深化本土化运营战略，将健康中国的宏伟目标深度融入公司发展的血脉。为此，安利（中国）构建了多层次、常态化的系统性沟通机制，不仅积极倾听、精准回应各方核心关切与期望，更致力于在政策协同、行业共进、伙伴成长、消费引领、员工发展、社区繁荣等维度，与利益相关方携手共创共享价值。

利益相关方	关注议题	沟通方式	关键行动
政府及监管机构	· 合规经营 · 政策协同 · 投资信心 · 环境保护 · 食品安全 · 乡村振兴	· 高层互访 · 投资者会议 · 国家级政策会议 · 网页公告发布	· 明确遵守法规及要求 · 战略投资升级 · 构建绿色供应链 · 打造“零碳”产品 · 维护市场公平 · 助力乡村振兴
行业协会与学术机构	· 科研合作 · 产品研发 · 技术创新 · 行业标准共建 · 专业人才培育	· 行业论坛 · 学术会议 · 产学研项目孵化 · 线上 / 线下不定期沟通	· 设立研发中心 · 推动行业标准建立 · 培养营养健康顾问
营销伙伴	· 保障就业 · 收入增长	· 业务沟通会议 · 安利公众号 · 安利业务信息速递公众号 · 安利 APP	· 打造大健康创业平台 · 制定富有激励性的业务奖励计划 · 规划营销人员培训体系
产业链合作伙伴	· 供应商能力建设 · 负责任采购 · 绿色供应链 · 技术协同	· 供应商大会 · 公开招标 · 行业展会 · 技术研讨会	· 公开透明《供应商选择程序》 · 维护市场公平 · 构建绿色供应链 · 打造“零碳”产品
消费者	· 产品质量与安全 · 消费者权益与服务体验 · 客户隐私安全	· 客户服务中心 · 社交平台	· 安利（中国）客户服务中心 · 个性化健康解决方案 · 数字化沟通工具
员工	· 员工权益 · 职业健康与安全 · 员工发展	· 员工代表大会 · 员工信箱 · 绩效激励	· 完善员工培养体系 · 内部信息沟通平台 · 员工福利保障及日常关怀 · 明确晋升通道
社会公众	· 公众健康 · 环境保护 · 性别平等 · 社会公益	· 生活社群 · 数字化沟通工具 · 公众互动活动	· 建设公众健康教育基地 · 公众环保与生态文明教育 · 中美民间交流 · 关注和支持女性创业者 · 支持极地科考

对应的 SDGs 目标：

亮点绩效：

稳步推进“碳中和路线图”，向2038年实现企业碳中和目标迈进

电力外购量[1]连续三年减少，2024 年较 2023 年继续减少

3,734.15 兆瓦时

广州生产基地获得“广州市清洁生产优秀企业”称号

广州生产基地和安利大健康智创园均获得ISO 14001体系认证

截至2024年12月
安利（中国）共有 **52** 个
完成NutriCert™认证的种植基地

安利蛋白粉系列产品完成第三方认证，成为 SGS 认证的“中国首款零碳蛋白粉”

主导及参与 **5** 项绿色健康相关团体标准制定

1. 本数据披露边界为广州生产基地及安利大健康智创园数据

可持续的绿色健康之路

绿色，是安利的底色。从精选原料到成品出厂，我们严格控制产品生产过程中对环境造成的影响，并推出绿色营养规范，携手共绘全民健康新蓝图。

- 笃行绿色发展承诺
- 推广绿色健康解决方案
- 践行环保守卫绿水青山

笃行绿色发展承诺

气候变化已被确认为全球性重大风险，持续对人类健康及企业经营构成显著影响。作为着力践行社会责任的企业，安利（中国）努力通过减少温室气体排放以减缓气候变化，并将绿色低碳理念纳入管理战略，联动社区及产业伙伴共筑减碳路径，推动绿色消费与绿色生产转型。

本年度，本公司依循气候相关财务信息披露工作组（TCFD）建议，以“治理—战略—影响、风险和机遇管理—指标与目标”四支柱框架，全面、系统地推进气候变化应对及相关信息披露。

1.1.1 治理

安利（中国）已建立以可持续发展委员会为决策层，可持续发展秘书处作为管理层，各部门ESG对接人作为执行层的三级治理架构，全面覆盖气候相关风险评估、可持续发展目标设定、ESG战略与制度实施。此外，安利（中国）搭建了长效沟通机制以持续推动落实气候变化治理工作，可持续发展委员会定期以研讨会的形式对气候治理进行专项讨论，规划行之有效的减碳路径，助力“双碳”目标实现。

安利（中国）气候治理架构

决策层

可持续发展委员会

可持续发展委员会由安利（中国）董事长兼总裁担任负责人，各职能部门负责人组成委员会，负责建议、决策安利（中国）气候治理整体规划。可持续发展委员会持续关注行业低碳转型动态，广泛征询外部专家建议，确保气候变化管理工作与安利（中国）业务深度融合。

管理层

可持续发展秘书处

可持续发展秘书处由企业社会责任部门承担相应职责，负责统筹落实安利（中国）气候治理各项工作内容，组织召开年度安利（中国）可持续发展全体工作会议，定期向可持续发展委员会汇报温室气体管理相关事宜。

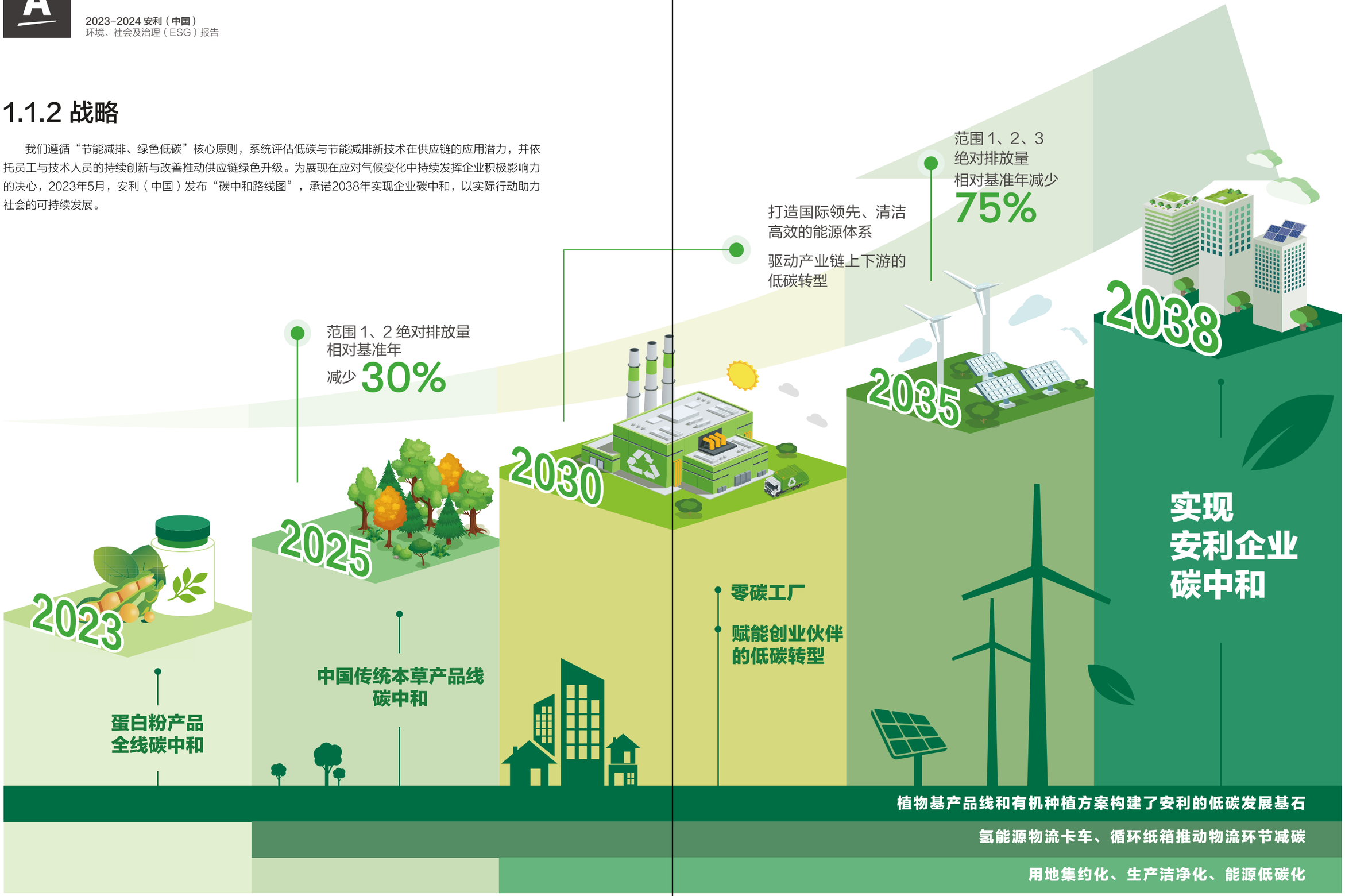
执行层

各部门 ESG 对接人

各部门ESG对接人负责落实公司整体战略，统筹有机农场、工厂碳盘查、产线优化减排、零碳工厂、零碳物流、可持续供应链管理、技术研发等工作，并定期汇总进展成效向可持续发展秘书处报告。

1.1.2 战略

我们遵循“节能减排、绿色低碳”核心原则，系统评估低碳与节能减排新技术在供应链的应用潜力，并依托员工与技术人员的持续创新与改善推动供应链绿色升级。为展现在应对气候变化中持续发挥企业积极影响力的决心，2023年5月，安利（中国）发布“碳中和路线图”，承诺2038年实现企业碳中和，以实际行动助力社会的可持续发展。



1.1.3 影响、风险和机遇管理

安利（中国）遵循“气候风险识别—优先级排序—管理”标准化流程，系统识别气候变化相关风险与机遇，并定期评估其对经营及财务的潜在影响。评估结果纳入日常风险管理，确保气候管理策略与政策走向、市场动态及客户需求保持一致，持续提升风险防控能力。

类型		风险 / 机遇描述	影响	应对措施
实体风险	极端天气	全球变暖叠加长期自然环境演变，极端高温、极寒等气候事件频率与强度上升，可能冲击企业日常运营与业务连续性	极端高温、暴雨或台风会造成生产中断、物流受阻，导致订单延迟交付、销售损失	建立健全气候风险评估制度，按年度对全部生产基地开展系统性气候风险排查，并配套制定分级应急响应预案
转型风险	信息披露强化	后续碳税、排放交易及强制信息披露等低碳法规的密集出台，对企业合规提出更高要求	为符合日趋严格的信息披露、碳排放核算及第三方鉴证要求，公司需追加投入咨询、系统升级和人员培训费用，短期内抬升合规成本	主动发布“碳中和路线图”与 ESG 报告，加强信息披露
	环保法规日渐趋严	在可持续发展浪潮下，国家对废水、废气、废弃物排放的标准持续收紧，企业生产和管理成本随之上升	在更严格的废气、废水、固废排放限值下，必须持续追加环保技改投入，淘汰高能耗设备，提升运营成本	针对各类项目依法进行环境影响评价，并追加技改资金，开发先进绿色工艺，从源头削减废弃物的产生
	原材料价格上涨	极端气候可能导致传统药材产地减产，公司将被迫寻找替代供应商，影响供应链稳定性	若启用更远的替代供应商或接受更高采购价，将直接推高原料成本；同时运输周期延长，带来额外物流和仓储费用	为关键原料选择替代供应商，并通过集中采购、长期协议锁定价格与数量，控制采购成本
机遇	绿色产品	随着低碳消费理念的普及，年轻消费者对绿色产品的需求正不断增长。企业若能快速响应这一趋势，及时推出绿色产品，不仅能够抢占新兴市场先机，更能提升市场竞争力	绿色产品可以满足更多年轻消费者需求，从而获得更多订单，增加公司营收	在纽崔莱蛋白粉率先实现“生产 – 运输”“零碳”的基础上，公司持续孵化更多创新型绿色产品
	可再生能源使用	可以预见，在可持续发展的大趋势下，使用化石燃料的成本将不断上升，而投资可再生能源则有机会平滑化石能源波动风险	化石燃料易受地缘政治与供需扰动，价格起伏剧烈；相较之下，太阳能、风能等清洁能源可锁定长期能源成本，增强现金流稳定性	铺设光伏发电设备和安装光伏路灯，引入清洁能源

1.1.4 指标与目标

早在2010年，安利（中国）便依据ISO 14064标准完成首次碳基线盘查，并以此锚定减碳与可持续改善重点方向，并最终确立2038年实现企业碳中和目标。此后，公司建立年度碳盘查机制，以ISO 14064标准精准量化温室气体排放；各业务单元严格遵循“碳中和路线图”所列工作目标与行动路径，系统推进减排项目。排放数据、减排成效逐年通过可持续发展相关报告向社会公开披露，接受利益相关方监督。

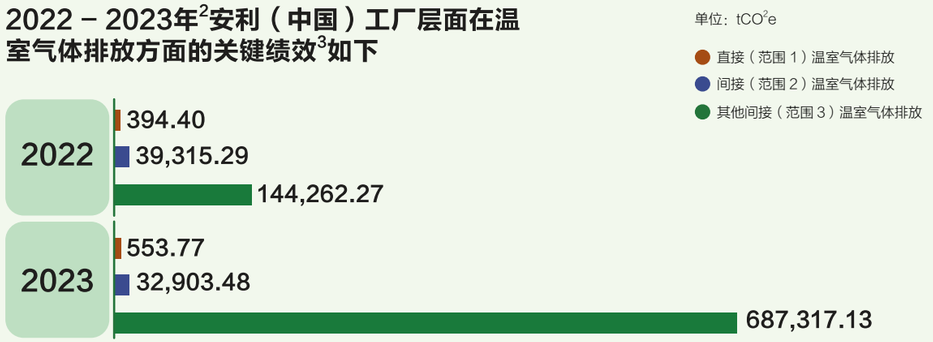
查验声明
-温室气体排放量
dqs
安利(中国)日用品有限公司

查验声明
-温室气体排放量
dqs
捷通(咸宁)食品科技有限公司

安利（中国）日用品有限公司温室气体核查证明
（广州生产基地）

捷通（咸宁）食品科技有限公司温室气体核查证明
（安利大健康智创园）

2022 – 2023年[2]安利（中国）工厂层面在温室气体排放方面的关键绩效[3]如下



注：2023年范围三温室气体增长的原因在于较2022年开放员工差旅，且上下游运输温室气体排放统计更为详细

2. 广州生产基地及安利大健康智创园 2024 年度温室气体排放总量及下述各范围温室气体排放量的盘查工作尚在进行中
3. 温室气体排放数据披露边界为广州生产基地及安利大健康智创园数据，且安利大健康智创园 2022 年数据仅为 2022 年 7 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日数据

推广绿色健康解决方案

自上世纪中叶起，安利启动植物营养素基础研究，并以创新有机农耕技术在维护生态平衡的前提下萃取植物营养素，持续为消费者提供安全、科学、绿色的产品。公司从“优选优育原料、契合人体需求、纯净安全保障”三维度重塑产品标准，不断向市场推出卓越品质、广受青睐的健康产品。

1.2.1 把控产品品质，打造“三优金标准”优质产品

纽崔莱自创立之初即建立并不断升级纽崔莱品牌标准，标准囊括了对原料使用、加工、可追溯以及产品营养四个方面的要求。目前，现行标准覆盖146种原料负面清单、9类原料极简加工定义、3个不同等级原料可追溯认证及按人群剂型的营养组分指引。在既有配方框架内，公司综合法规、技术与资源可行性，严格执行“不添加任何人体无益处及不必须的成分、不使用人工色素/香精/防腐剂/甜味剂、不使用转基因原料”的配方设计准则，并持续加大研发投入，不断开发符合“优选优育的原料、优效科学的配方、优质纯净的成分”的“三优金标准”的优质产品。

案例

绿色营养战略下的产品配方升级

为达到健康少摄入的目标，满足更多消费者需求，纽崔莱精简辅料、剔除冗余成分，并在降低单位摄入量的同时，将核心有益物质的保留率提升显著；同步优化风味体系，为消费者提供更优秀的解决方案。

纽崔莱咀嚼片系列产品

纽崔莱咀嚼片使用了更简洁的配方：儿童钙镁D片全面剔除人工色素，儿童VC片去除氢化植物油、果糖及葡萄糖；全系列坚持零添加合成香料、色素、甜味剂与防腐剂，并以糖醇替代传统糖类，显著减少非必要辅料摄入，全面守护儿童口腔健康。

纽崔莱 ® 植物双肽蛋白粉

作为纽崔莱蛋白粉的定向升级版本，植物双肽蛋白粉在延续纯净配方、植物来源与严苛功效验证三大核心标签的基础上，面向40岁以上的客群，开发了纽崔莱植物双肽蛋白粉。新产品增加了双重植物肽与帮助关节润滑的透明质酸，实现“肌肉＋关节”双重养护；同时新添“0胆固醇、0糖、0合成香料、0合成色素、0防腐剂”五大宣称，在进一步降低非必要摄入的同时，兼顾高效营养补充。

我们在严控产品品质的同时，认真聆听消费者需求，以更高标准、更贴合市场的产品研发取向，不断为消费者提供更为绿色健康的安利产品。自2022年底起，安利（中国）开始每年监测保健品消费者及营销人员在保健品品牌方面，从认知到稳定购买过程中的驱动因素。2024年，我们进一步扩大监测样本量，并启动了针对普通消费者和营销人员的健康需求调查，以涵盖33个健康需求大类和91个健康需求小类的分类，开展精准调研，力图提供基础营养、焕能活力及个性化提升等不同层次的产品，以高标准产品响应公司大健康战略、助力全民健康行动。

1.2.2 发掘可用价值，推动植物营养素研究

植物次生代谢物虽具备提升人体机能的潜力，却因基因结构繁复、品种间差异显著，使“优选优育”成为安利植物研发中心的首要课题。为此，中心聚焦荷花、菊花、苦荞等药食同源植物，系统收集并整合全球品种资源，定向培育高营养、高稳定性的新品种。为了开发植物营养素的潜力，安利携手多家科研机构加强原材料质量的稳定性，为高效、稳定的植物营养素创新奠定基础。

案例

安利（中国）支持植物品种研发推动营养素提质增效

为破解品种混杂、产地多元、工艺参差导致的植物原料规范化不足、供应波动难题，安利（中国）以产地调研—产学研联合为路径，携手专业机构定向选育契合纽崔莱标准的品种，同步在研究与示范田内固化种植规范，从源头锁定绿色好营养的稳定供给。

为锁定黄精这一关键原料的可持续、高质量供给，安利科创中心在前期调研中认为安徽六安仿野生多花黄精能够达到纽崔莱的要求，并依托皖西学院的研究院在该区域已积累的仿野生种植与新品种抚育技术，双方联合启动“多花黄精新品种选育及标准化生态种植规范的研究”项目，从源头消除黄精品种多样、产地广泛、炮制技术不统一、质量标准不明确等诸多质量风险。

项目目标为选育出皂苷含量（以薯蓣皂苷元计）大于0.09%多糖含量（以无水葡萄糖计）大于7%的多花黄精新品种。项目将集成现代工艺与生态有机种植体系，在大别山地区构建多花黄精标准化生态种植规范和质量标准。技术示范区的建成也预期可确立六安地产多花黄精与其它特色产区多花黄精的比较优势。

1.2.3 推动行业进步，制定绿色营养标准

伴随全民健康意识跃升及《“健康中国2030”规划纲要》落地，安利（中国）将改善国民健康纳入企业社会责任核心议程，持续以营养膳食教育为抓手，携手专业机构共建科普平台、深度参与行业会议与政策文件编制，系统输出全链条研发成果，推动大健康产业向更高标准迈进。

依托80余年在有机种植、植物功效物质及作用机制上的全链条研发优势，纽崔莱与中国营养学会开展合作，并与中国医学科学院共同建立“中国药用植物联合研究中心”，系统推进植物原料优选优育与方剂创新。相关基础研究成果正加速转化为富含植物功能成分、安全有效且可信赖的产品，持续惠及广大消费者。

案例

安利（中国）引领绿色营养标准制定

2023-2024年，安利（中国）积极参与各项团体标准的起草及制定工作。

- 作为团体标准起草副组长单位，参与编制T/CI 254-2023《头皮护理产品通用技术要求》
- 作为团体标准起草单位，参与编制T/ZGKSL 002-2023《皮肤微生态调节型化妆品功效评价》
- 参与团体标准T/CI008-2023《灵芝孢子和破壁灵芝孢子粉中药标准》
- 参与团体标准T/CI028-2023《外来中药标准制定指南》
- 2024年，安利（中国）植物研发中心有限公司与中国科学院南京土壤研究所联合起草中国土壤学会团体标准《药用菊花有机种植土壤健康综合表征的测试方法》T/SSSC 002—2024，并联合浙江大学三方联合起草《菊花有机种植生产体系》

中国国际科技促进会标准化工作委员会
【2023】中科促标字第 1322 号
关于《头皮护理产品通用技术要求》团体标准
发布的公告
中国抗衰老促进会
关于批准发布
《皮肤微生态调节型化妆品功效评价》、《可溶性微晶贴》团体标准的公告
中抗衰标办[2023]第 001 号
中 国 土 壤 学 会
[2024]土会字 006 号
中国土壤学会关于发布《药用菊花有机种植土壤健康综合表征的测试方法》团体标准的公告

1.2.4 智慧赋能传统，助力中医药现代化

安利（中国）以数字化、智慧化手段挖掘传统方剂与中成药的健康价值，建成“神农系统——智慧本草（Smart Herb）智能化数据挖掘平台”（以下简称“Smart Herb平台”）。

Smart Herb平台的五大数据库，即“传统方剂数据库”“保健食品数据库”“草本数据库”“植物营养素数据库”“作用靶点数据库”五大数据库，数据源于7万多份传统方剂和中成药组方数据、2万份蓝帽子保健食品配方数据、680多种草本植物的功能和习性、5万多种植物营养素的结构和理化性质、6千多种生物学靶点以及100多万种靶点和健康关联关系的归类整合。

依托人工智能、数据挖掘、网络计算与可视化技术，Smart Herb构建了“配方—草本—成分—靶点—健康表现”的完整数据链路，开发双向算法，实现传统与现代、基础与应用、功效与安全的有机整合，为功能性草本产品提供科学开发支撑。

2023-2024年，安利（中国）参与十三五国家重点研发计划专项，完成科技部国家重点研发计划专项“中药复方保健产品评价技术及示范研发”项目并在中国市场上市中国传统本草葆芯饮品，发掘传统中医药方剂在当代中国的实际功效。此外，安利（中国）还在报告期内积极促成中草药灵芝、酸枣仁、甘草护肝片等产品在泰国上市，全力助力中草药文化走出海外。

案例

安利神农系统
智慧本草平台（Smart Herb 平台）

Smart Herb平台打通细胞分子研究与临床验证双端，为功能性草本产品的开发提供强有力的数据基础和分析平台，全面护航配方安全与功效。

Smart Herb的主要功能包括：

- 传统智慧数据化：本草知识图谱模块可以分析传统中草药用药规律、使用频率、药性药味以及化学成分；
- 科学结果可视化：健康价值分析模块能够结合PPI（protein-protein interactions）靶点距离的正向算法和可视化插件，呈现草本及其配方的植物营养素成分、作用靶点、富集组织器官和对人体的健康价值；
- 配方研发智慧化：配方推荐模块可以通过反向算法针对特定健康问题设计优效配方，以正确的组合、正确的比例和正确的功用，让配方更加科学有效；
- 数据关联可追溯：平台搭载了创新性可视化工具，可以追溯草本配方中各类植物营养素成分和作用机制，为配方功效验证的实验研究提供参考，为产品的质量控制提供方向。

智慧本草平台（Smart Herb）界面

践行环保守卫绿水青山

我们坚持环境与企业协同共生的理念，以持续完善的环境管理体系为根基，把资源循环、节能降碳、可再生能源和绿色物流嵌入日常运营每个环节，用务实行动守护绿色地球。

1.3.1 筑牢管理根基，完善环境管理体系

安利（中国）全面遵循《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》《中华人民共和国水污染防治法》等现行法律法规及配套行业标准。2003年，公司率先建立ISO 14001 环境管理体系，是开发区首批开展体系建设的企业之一。自2010年起，安利（中国）已连续14年荣获香港工业总会“中银香港企业环保领先大奖”，持续巩固行业环保标杆地位，并于2023年获得“环保优秀企业”及“10年+环保先驱奖章”。

2022年，安利大健康智创园便建立、实施并保持满足ISO 14001要求的环境管理体系，且通过第三方认证。园区内设安全环保健康部，统筹日常环保管理与跨部门协调，确保体系要求逐级分解、闭环落实。公司坚持“源头削减 – 过程控制 – 末端治理”思路，在2024年度重点升级固体废弃物回收处置工艺，实现条包类固废批量快速处理。通过持续导入新方法、新工艺、新技术、新设备，公司不断提升环保工作的科技含量，为企业可持续发展奠定基础。

截至2024年底，安利（中国）未发生突发重大环境事件，且未因环境事件受到相关机构重大行政处罚。

广州生产基地：
IS014001 环境管理体系认证证书

安利大健康智创园：
IS014001 环境管理体系认证证书

绿色工厂

随着《“十四五”全国清洁生产推行方案》的颁布，通过清洁生产审核，加速绿色低碳改造成为企业关注的重点。安利（中国）将清洁生产审核纳入常态化管理，持续加大低碳技术研发投入，构建绿色、低碳、可持续运营体系。

继2008年获“广州市第一批优秀清洁生产企业”、2009年获“广东省清洁生产企业”后，公司于2017年入选国家首批绿色工厂示范名单（全国201家、广东省35家、广州市9家之一）。截至2024年，安利（中国）已完成六轮清洁生产审核，整体审核成果获市、区工信部门及专家组高度评价，第六次获得“广州市优秀清洁生产企业”称号，并于2024年成为广州市黄埔区首批“无废工厂”。

广州市清洁生产企业证书

绿色工厂认证

案例

无废工厂

“无废细胞”指的是在固体废物源头减量、资源化利用和无害化处置等方面表现突出的社会生产生活各类组成单元，是践行“无废城市”建设理念、构建资源节约、环境友好型社会重要的“绿色小细胞”，包括“无废工厂”、“无废医院”、“无废学校”等。

为助力“无废城市”的建设，安利（中国）始终围绕“减量化、资源化、无害化”的这一核心目标，凭借在绿色生产与源头控制、资源化利用与无害处置、精细化管理等方面实践，持续加强废弃物的分类回收、管理、控制和处理工作，实现了废弃物从产生到处置的全生命周期管理新模式。安利（中国）通过管理优化与技术创新双轮驱动，积极打造“无废工厂”建设样板。

安利（中国）无废工厂

1.3.2 严格能源管理，强化资源循环利用

安利（中国）持续提升能源利用效率，强化水资源管理，并打造绿色物流体系，积极探索资源循环利用的新路径，致力于成为行业低碳转型的引领者。

能源管理

安利（中国）高度重视节能降耗，严格遵守《中华人民共和国节约能源法》，全面推动节能降耗行动，通过技术升级与创新，引领行业绿色转型。

公司规划五年“提质增效”项目，系统推进节能技改和设备升级。2023 – 2024年，广州生产基地及安利大健康智创园共实施工程类项目581项，新增高效设备287台，益生菌产线产能提升75%，中国传统本草产线产能提升100%。依托上述项目，广州生产基地2024年用电量较2022年减少640.91万kWh，蒸汽用量减少7,372吨，预计可提前达成2025年可持续发展减碳目标。2024年，安利大健康智创园清洁能源使用比例提升至52.82%。

在新能源使用方面，安利大健康智创园推动使用清洁蒸汽，促动上游蒸汽提供商，提供生物质燃料产生的蒸汽；采用行业领先的光伏设计软件，配合全球数据库，保障发电效率与系统稳定性，年均发电量约300万

kWh；新增光伏路灯37盏，实现厂区道路照明全覆盖，预计年节电13,320kWh。广州生产基地还将原有约2.4万支非节能灯具逐步替换为LED灯具，为生产基地带来每年约201万kWh用电节省。

公司已通过ISO50001:2018能源管理体系认证，并获得广州市2023年及2024年“十大优秀节能企业”证书。

广州市 2023 年十大优秀节能企业

广州市 2024 年十大优秀节能企业

广州生产基地：
IS050001 能源管理体系认证证书

安利大健康智创园：
IS050001 能源管理体系认证证书

案例

安利湖北工厂光伏发电并网暨安利（中国）可持续发展发布会

2024年6月5日，正值一年一度的世界环境日，安利大健康智创园宣布光伏系统正式并网，年均有效发电量近300万kWh。

同期，“绿色向未来——安利湖北工厂光伏发电并网暨可持续发展发布会”在咸宁举行。来自北京、上海、广州、武汉的14家主流媒体及3支KOC团队受邀探访安利大健康智创园，现场见证光伏并网仪式，并就光伏布局、绿色供应链、可持续农耕、植物营养低碳优势及公司整体可持续发展战略，与公司高层深度对话。

这是安利大健康智创园投产以来首次集中媒体开放日，工厂建设速度、发展态势及可持续理念，连同活动“户外光影”创意呈现与全流程绿色设计，均获嘉宾高度评价。活动举办两周内，全国累计落地291家媒体、507篇报道。

安利湖北工厂光伏发电并网暨安利（中国）可持续发展发布会

废弃物管理

安利（中国）严格遵守《中华人民共和国水污染防治法》《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》《中华人民共和国大气污染防治法》等国家法规，对废弃物实施全过程管控，确保所有污染物经合规处理并稳定达标排放。我们坚持“源头削减 – 过程控制 – 末端治理”思路，重点升级固体废弃物回收处置工艺，实现条包类固废批量快速处理。通过持续导入新方法、新工艺、新技术、新设备，公司不断提升环保工作的科技含量，为企业可持续发展奠定基础。

为落实公司可持续发展战略及碳中和目标，供应链可持续发展工作坊组建绿色回收项目组，针对广州生产基地一般废弃物实施统筹优化管理，通过规范固废回收流程，有效规避下游固废处置不可追溯的潜在风险。2023年，安利（中国）与万绿达公司达成绿色回收战略合作，对一般废弃物进行统筹优化管理。

报告期内，广州生产基地完成灯具升级换代，全面替换为高效节能LED灯具，年减少含汞废灯管5,000支。

绿色回收战略

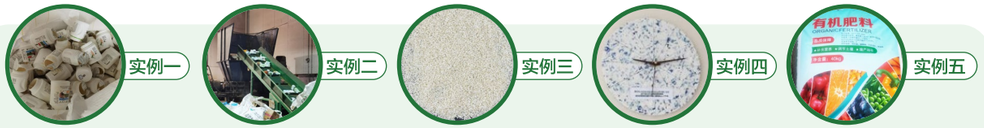
整合工业固废回收供应商，实现“**从废品到产品**”的闭环管理，打造低碳循环经济

98% 识别50种经过深加工的一般固废，回收利用率高达98%

4倍 通过优化一般固废的绿色回收回收收入提高至优化前的四倍

淤泥回收加工利用成为**有机肥**；废塑料回收利用加工成为**再生塑料制品**

安利广州生产基地：一般废弃物处置实例

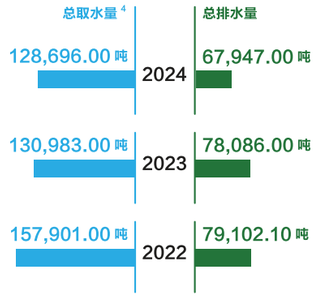


此外，公司通过回收活动实现包材闭环管理。回收的安利蛋白粉空罐通过专业工序再次获得新生。使用7,000个回收空罐再生重塑为海外研讨会纪念相框的外壳及30周年徽标，还推出再生纪念钥匙扣、再生奖牌/奖杯、纽崔莱花色再生杯垫等绿色衍生品，打造一体化低碳场景体验，实现纪念价值与环保理念的深度融合。

水资源管理

安利（中国）严格遵循《中华人民共和国水法》《关于加强工业节水工作的意见》等法规，持续强化全员水资源风险意识并系统推进节水管理。

报告期内，公司通过设备升级和流程优化双轮驱动，显著提升水资源利用效率。一方面，2023-2024年，广州生产基地供应链生产制造部对产线及洁净服清洗消毒流程进行精益化改进，在确保清洁效果的前提下精简工序、降低热水和化学品消耗，预计年节水1,900吨。另一方面，广州生产基地QA实验室于2024年对热水站及灭菌锅蒸汽冷凝水系统进行改造，年新增中水回收装置，利用空调冷凝水余冷联合部分中水对高温冷凝水降温中和，实现项目内冷凝水回用，年节水1.82万吨。



安利（中国）水资源管理相关关键数据

4. 本数据披露边界为广州生产基地及安利大健康智创园生产取水量

打造绿色链路

为支持社区电商战略转型并持续提升顾客体验，安利（中国）自2017年起将物流供应链列为核心变革领域。2018年，公司与京东物流达成战略合作，构建“12个区域仓+12个分拣点”的全国仓网，为消费者和营销伙伴带来优质体验。安利（中国）依托智能客服体系及基于销售预测的品类布局与库存配置，库存周转天数下降约30%；同步优化运输路径、推行工厂产线直发区域仓，减少中转与暂存，全国94%订单实现24小时内送达；推动自动化改造，在新增项目中采用自动化装盒设备，预计每年可节省中转白盒1,274,656个，节省人工工时约20,417小时。

报告期内，广州生产基地2022年引入氢能源卡车运输后，每辆车每年可碳减排约12吨；2024年安利大健康智创园跟进引入，实现每辆车每年可减少碳排约2.5吨，零碳运输网络稳步成型。

在包装端，安利（中国）逐步落实轻量化包装、包材循环使用等措施。我们将以防开启结构替代传统的塑料收缩膜和铝膜设计，并取消部分产品纸箱刀卡；安利大健康智创园以旧一次性卡板循环替代全部新购卡板用于成品发运，并同步减少中间包材的使用量。这些措施预计两年共计可减少家居送货纸箱用量820万个、纸箱刀卡40万个，同步降低包材费用。

早在2022年底，以安利蛋白粉770G为范例，安利（中国）供应链发动项目组核心人员设计并推动包装回收及再生方案，并在2023年开启城市试点，试点回收了近2吨的蛋白粉空罐。基于试点经验，在2024年正式推出安利蛋白粉空罐返航回收再生活动，并在16个城市开展，现场7,049人参与，累计回收13,667个安利蛋白粉空罐，人均回收1.9个空罐。

氢能源物流卡车

安利蛋白粉空罐返航回收再生活动

墨尔本海外研讨会再生材料相框

蛋白粉空罐回收

为推进安利可持续发展，安利（中国）供应链成立零碳产品战队，专门负责研究产品碳中和及产品包装回收再生工作，推出了安利蛋白粉空罐返航回收再生活动及再生材料制品。为了进一步推广蛋白粉空罐回收再生，倡导公众践行绿色环保行为，安利（中国）供应链在2023年内拍摄制作了安利蛋白粉空罐从回收到再生的全流程视频《一罐之力》，不仅介绍了安利伙伴在平日生活中自发回收利用空罐的行为，还记录了伙伴们一起参与空罐返航活动的捐献空罐行为，以及回收再生真实产线过程等内容。

为了加强安利员工自身对绿色环保理念的认同感，零碳产品战队在2024年“安利大健康智创园落成一周年暨零碳生活家 · 环保嘉年华活动”中，现场邀请员工捐献空罐、体验塑料再生DIY环节，以及开展回收再生科普介绍。

1.3.3 迈向数字互联，推动智慧农业发展

《中国智慧农业发展研究报告》指出，面对经济社会转型与人口结构变化带来的新约束，农业必须向更深、更广的信息化升级，并进一步迈向数字化、网络化、智能化。安利以有机种植为根基，融合物联网、大数据、AI等智慧农业技术，打造“零化学药残、零污染”的环境，通过自身业务示范带动产业链升级，引领健康可持续的社会发展。

安利有机农业认证标准 NutriCert™

安利纽崔莱专有全球统一有机农场认证标准NutriCert™，适用于所有非自有农场（含供应商与合作农场），通过同等严格的审核与有机耕种指引，确保其生产品质与安利自有有机农场完全一致。

获得NutriCert™认证的农场可被称为“纽崔莱认证农场”，它们遵循包含纽崔莱可持续农耕体系的九大原则，能够为安利纽崔莱提供可追踪的、生态可持续的负责任原材料。现在全球已有27个国家的130多个农场在遵照NutriCert™的标准，对所种植的植物开展从种子到营养补充剂的全生命周期追踪。

1. 选择植物
我们的科学家精心挑选了将与基本维生素和矿物质相组合的植物品种

2. 选择种子
我们只使用非转基因种子，并对其纯度进行测试

3. 选择农场
我们在全球范围内寻找最适合植物生长的地方

4. 生长
用可持续的方式种植营养丰富的植物

5. 收获
我们在营养价值最高时收获

6. 萃取
我们提取植物中含有丰富植物营养素的部分，舍弃的部分转化为肥料回馈土壤

7. 制造
我们不在纽崔莱™产品中添加任何人工香料、甜味剂和防腐剂

8. 包装
设计和测试能有效保存产品中宝贵营养物质的包装技术

9. 消费者
消费者有权知道产品来自哪里，以帮助消费者为自己和家人做出正确的选择

NutriCert™的认证流程由国际权威机构EcoCert执行严格的第三方现场审核，最终由安利颁证；非自有农场在取得认证一年后需重新接受审核，以确保它始终符合NutriCert™标准。已经通过认证的农场如果在其后的重新审核中被发现采用与NutriCert™不符的农耕实践，认证即会被撤消。目前NutriCert™的认证有三个级别：铜牌，银牌和金牌。NutriCert™级别是逐级累加的，其代表农耕或野外采制企业必须满足前一个级别的所有标准，才能取得下一个级别的资格奖牌。

NutriCert™ 认证级别

金牌

- 获得国际公认或认可的认证机构或公司的有机认证
- 持续改进农耕做法和作物特征
- 对社区进行捐赠

银牌

- 在没有获得有机认证的情况下能进行有机种植
- 农耕或野外采制企业处于获得认证的过渡期
- 员工获得安全和职业培训
- 不使用合成肥料或杀虫剂

铜牌

- 非转基因，作物的特征必须能维持下来
- 没有童工，不剥削工人
- 作物完全可追溯性
- 符合良好农业实践
- 遵守当地的人力资源法规
- 综合虫害管理（应用作物保护农药）

截止至 2024 年 12 月

安利（中国）共有 52 个完成 NutriCert™ 认证的种植基地

9 个达到金标准，20 个达到银标准，23 个达到铜标准

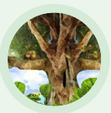
纽崔莱可持续农耕体系的九大原则

农场是一个有机体

农场中的所有其它元素需要均衡并且和谐地相互作用

农场拥有多样化的土壤和生物

要保持农场中生活的有机体具有适当的数量和多样性，其中包括依靠农场生活和为农场做出贡献的人们



保护栖息地

NSFS（Nutrilite Sustainable Farming System，“纽崔莱永续农耕系统”）原则要求保护农场范围内的天然生态区域，以保持原生动植物物种的多样性

土地轮作

采用作物轮作和覆盖种植来实现土壤的养护，通过覆盖种植补充土壤中的有机质、优化土壤生物群落和结构，防止持续耕作消耗土地的养分

不存在污染

为保护所有农场生命，农场“有机体”中不允许存在任何污染。采用有益真菌和细菌，采取综合虫害管理方式控制病虫害

保护种子

如果作物的环境和条件允许，适当保存种子以供下一季节使用

活动必须得到跟踪

农场主必须知道土地的历史以有效管理土壤投入和轮作。责任确定、理解和改进都非常重要

农场是周围社区的一部分

考虑社区在社会方面的可持续性，不只为我们的员工提供福利，也将农场作为一种可以生存的经营，为依赖于它的家庭带来经济安全和可持续发展

农场是不断研究开发的源泉

农场的科研人员努力改进耕作方法和技术，让安利纽崔莱在全球各地农场在可持续耕作和优质作物生产方面始终掌握最新知识

三级农场体系

为支持纽崔莱中国传统本草产品线的增长和长远发展，安利（中国）建立三级农场体系以满足纽崔莱品牌主张的需求和产品优质原材料的供应。三级农场分别为自有农场、战略合作农场和纽崔莱认证农场。

自有农场负责种植独家/高价值的原材料，打造独家有机智慧农业技术示范，提供实时可追溯和独家线下体验内容。战略合作农场负责种植优选品种、道地产地、事实有机的原材料，合作开发有机/智慧农业技术，提供强可追溯和线下体验内容。纽崔莱认证农场则种植绿色无公害的常规原材料，实现原材料可追溯和规范化种植。

截止至 2024 年 12 月

国内有 1 个自有农场（在建）

9 个战略合作农场（获 NutriCert™ 认证）

以及 43 个纽崔莱认证农场

1.3.4 深入公众视野，促进绿色理念传播

安利（中国）秉持绿色发展理念，将环境影响最小化与生态文明传播并重，持续向社会普及自然科普知识，提升全民环保意识，协力构建人与自然和谐共生的美好家园。

自然科普教育

2015 年 10 月，安利以 2,500 万美元投资建成无锡安利（中国）植物研发中心。中心占地 714 亩，设农业科研实验大楼、智能科研温室、植物工厂、快速育种平台、现代农业设备仓库、体验中心及逾 500 亩科研农场，汇聚中国科学院、复旦大学、南京农业大学等机构的农学、植物学、生物学领域专家，专注 220 余种药用植物有机种植及提取物研究。

自成立以来，安利（中国）植物研发中心在努力开展科研工作的同时，同步履行企业公民责任，打造面向社会的科普窗口，获中国科协“2021 – 2025 年第一批全国科普教育基地”认定。依托丰富的植物资源、场地优势和科研人才，中心创建“向阳而生”夏令营自然科普品牌，并与江南大学、无锡市科技局、无锡教育局、无锡新吴区等单位合作，员工与科学家志愿者共同传播有机种植、药用植物及未来农业知识，为社会提供体验安利科研与植物奥秘的通道。

迄今，中心已举办学校科普活动及小学生自然、农耕教育夏令营、冬令营 **690** 余场，接待来自全国 **80** 多个城市以及港澳台地区、法国、日本、美国等地的 **13,606** 余名学生，及 **13.5** 万余名其他参观者，普及中医药文化与健康养生知识。面对数字时代，中心科学家持续拓展线上科普阵地，公众号发布科普文章 **800** 余篇，视频号推出植物科普作品近 **500** 条，持续呈现安利关于自然科普、生态文明、科技合作的观点，增强社会各界对安利企业形象与研发实力的认同。

全国科普教育基地
—安利（中国）植物研发中心科普活动及展板

与无锡市科技局、无锡教育局建立科普教育基地
与无锡市新吴区建立小学生“行走的课堂”合作基地
与后宅中心小学合作，建立植物科学教育基地
入选中国科协办公厅“2021 – 2025年第一批全国科普教育基地”

我的零碳生活——安利低碳嘉年华活动启动仪式

家庭共同体验 21 个低碳行为

支持极地科考

中国极地科考对提升国家综合竞争力具有重要意义。为进一步改善南北极现场工作人员的身体素质与营养水平，并倡导公众的环境保护和健康生活意识，自2002年起，安利（中国）连续23年为极地科考人员提供符合环保要求、适用于南极的家居护理用品及部分个人护理用品。2003年，鉴于科考队员在极端环境中保持身体健康的迫切需要，安利（中国）进一步向中国极地科学考察队提供纽崔莱系列产品。

依据《南极条约》“南极环保协定”，参与国须在南极科考全过程中使用无磷、可快速生物降解的清洁剂，并采用浓缩配方以节省船舱存储空间；在蔬菜匮乏与气候严酷条件下，对科考队员身体素质亦提出更高要求。

经严格遴选，中国极地科考队决定在“雪龙”号、“雪龙2”号及黄河站、长城站、中山站、昆仑站、泰山站全面启用安利产品。2008年，中国第25次南极科考队启航前，“安利优生活环保屋”率先落户“雪龙”号；2014年、2015年，中山站、长城站先后设立安利“环保小屋”。2019年7月，伴随我国首艘自主建造极地科考破冰船雪龙2号交付，“安利优生活环保屋”同步进驻。安利旗下“安利优生活”“丽齿健”“丝婷”“必速”“雅密”（婴儿护理系列除外）全系列产品及20款纽崔莱营养食品被授予“中国南北极考察选用产品”称号；公司连续多年邀请极地专家开展“极地科考 安利相随”全国巡讲，助力营销伙伴认知企业社会责任、提升环保意识，并增强公司美誉度与影响力。

截至2024年底，安利（中国）累计邀请**28**位极地科考领军专家，深入全国**89**座城市举办**243**场“极地科考 安利相随”巡讲，线下覆盖**13.13**万人、线上触达**46.13**万人。

低碳嘉年华

2023年，安利公益基金会推出低碳环保公益项目“我的零碳生活——安利低碳嘉年华”。这是一项全新升级后的面向亲子群体的环保公益项目，采用线上线下联动模式：线下依托安利体验馆，以游戏、体验、互动、展示、分享融合的环保嘉年华形式，为营销伙伴和公众打造沉浸式低碳互动场景；线上借助小程序搭建安利个人碳账本，记录个人减碳数据，助力养成低碳生活习惯。

自2023年启动后，项目已在**15**个城市开展**21**场活动，收获**643**篇媒体报道，吸引**1,360**人次志愿者参与，带动**4.2**万人投身低碳实践。

对应的 SDGs 目标：

亮点绩效：

截至2024年年底
安利App月度活跃人数达**65.9**万人

安利云购小程序改版后
解决方案专区访问量提升**300%**

2024年，针对营销伙伴开展线上线下培训
共计近**600**场，覆盖约**15**万人次

安利（中国）女性员工占比**55%**
女性高管占比**43%**

2024年，公司研发中心团队共计**136**人
研发投入**12,163**万元

2004年至2024年间累计获得专利**124**项
其中生效专利**33**项
申请中专利**54**项

有价值的大健康共享平台

共享，是安利的智慧。安利（中国）致力于打造开放共赢的大健康共享平台，我们坚信在创业过程中，“人人有为，人人精彩”，持续赋能营销伙伴成长与价值实现。我们相信，每个人都有潜力在健康事业中发挥独特作用，共创美好生活。

- **搭建人人可为创业平台**
- **打造员工可持续成长平台**
- **共建合作伙伴赋能平台**

搭建人人可为创业平台

安利（中国）致力于构建公平合规的创业生态，为每一份创业热情提供均等的发展机遇。自创立以来，公司持续打造开放包容的平台体系，既通过数字化升级强化运营支持，以技术赋能降低创业门槛、提升运营效率，又聚焦高质量培训与多元激励，以系统性赋能与正向激励激发创业者活力，让奋斗价值得到充分认可。同时，安利（中国）始终践行人人平等理念，尤其关注女性等群体的创业需求，不断打破壁垒、创造条件，助力更多人在公平的舞台上释放潜力、实现职业成长与事业突破，让创业平台真正成为承载梦想、成就价值的广阔天地。

2.1.1 严守法律法规，保障市场秩序

作为中国直销行业的标杆企业，安利（中国）以“美好生活之花”价值主张为战略牵引，鼓励营销人员通过构建真实生活方式建立信任纽带，在实现个人成长的同时有机链接多元化需求群体。通过这种“生活圈与事业圈双轮驱动”模式，使商业机会自然根植于品质生活场景，将安利事业与追求品质生活的群体有机联结，构建可持续的增长生态。

在此过程中，安利（中国）始终将合规经营与公平发展作为核心准则。公司严格遵守《直销管理条例》等政策法规，从严制定企业经营管理规定与营销人员从业规范制度，包括《安利（中国）营业守则》《安利（中国）经销商营业守则》《安利（中国）营销人员会议/活动管理政策》《安利（中国）营销人员数字化沟通标准》等制度，为创业者筑牢公平基石。

为保障制度有效实施，公司从监督管理机制、违规处罚制度、教育培训体系三方面入手，构建三位一体治理机制，为创业者搭建起安心经营、持续成长的良性平台，实现企业战略与个人发展的价值共赢。

01 常态化监督网络

组建近300人的专业监察团队，开通内外部举报渠道，实施全流程行为监控，打造合规创业生态。

02 梯度化惩戒机制

安利（中国）针对性构建严肃、明确、统一的“八级处分”体系，对违规经营行为实施梯度化惩戒，从根源上遏制扰乱市场秩序的经营风险，保障营销人员的长远利益与市场的有序发展。

03 多维度培训体系

以线上线下相结合的形式，提供针对性的培训，树立正确的守规经营观念。自2009年起，安利（中国）持续开展“自律自强在安利”“向不当经营说不”等主题活动，通过常态化培训、案例警示与制度落地，推动政府法规与内部规范深植于每一位创业者的日常经营中，营造合规、诚信的创业文化。

2.1.2 强化运营支持，打造高效便捷创业体验

安利（中国）始终以降低创业者门槛为核心目标，通过数字化转型让创业更简单、更轻松。安利（中国）借鉴电商与移动互联网技术，并结合可复用、可拓展的数字化能力，助力营销伙伴逐步向美好生活之花展业模式转型。在整合公司信息、技术等资源优化配置提升效率的同时，协同合力精准支持每个市场伙伴。

公司通过多元化数字化工具，构建起以创业者为核心的服务生态。在传递美花价值、助力创业者提升大健康专业力、赋能创业者向美花社群转型、为创业者提供高效展业平台、“赋能赋能者”等多方面提供支持。相关数字化工具彼此联动，共同搭建起高效赋能的创业支持体系，让每一位创业者都能在此获得全方位的资源与能力加持。

在打造线上美花平台、充分传递美花价值方面，2024 年 8 月安利云购小程序正式升级成为美好生活平台，通过把健康需求与产品解决方案相结合，实现从信息传递到健康价值共鸣，成为安利“美好生活之花”价值理念的线上核心载体，支持营销伙伴全方位展示美花理念。

安利云购小程序改版后
解决方案专区访问量提升300%

安利云购小程序——美好生活平台

在助力创业者提升大健康专业力方面，秉承着帮助人们过上更健康、更美好的“美好生活之花”价值主张，安利（中国）针对营销人员推出了“小安营养师”作为数智化家庭健康管理工具，紧跟大健康脚步持续为客户提供科学的健康监测。通过记录日常饮食、营养补充和体重等信息综合评估身体健康状态并提供专业营养知识支持，从而让营销人员能帮助自己与他人科学开展营养健康管理。

2023–2024年间
小安营养师功能使用次数年度累计100万人次以上
月均访问突破8万余人次

小安营养师

在赋能创业者向美花社群转型方面，营销人员可以通过安利定制版企业微信进一步推动社群转型并挖掘培养人才。为此，公司加大线上会议资源投入并合理分配帮助伙伴线上社群活动顺利开展、支持定制化内容编辑分享等举措。

通过线上社群工具的赋能，我们培育出了一批卓越的美花社群主理人，帮助营销人员高效运营，加速安利美花社群战略转型。

2024年
安利定制版企业微信会议总数突破100万场
参会人次超千万，较2022年增长222%

安利定制版企业微信

在为创业者提供高效展业平台方面，安利App继续夯实数字化基础设施建设，打造集购物、展业支持、内容资讯、业务办理等一站式平台。从根本上提升营销人员的展业效率：无需在多工具间切换，全流程操作一站完成。通过构建全面的数据支持让决策从经验驱动转向数据驱动，缩短业务响应周期；多元社群美花素材的不断更新，更省去伙伴自行制作、筛选内容的精力，实现素材即取即用的高效复用。这些持续支持着营销伙伴深化美花转型，让创业更简单轻松。

经过近几年发展，截至2024年年末
安利App月度活跃人数已达65.9万人

安利 App 界面

在“赋能赋能者”、为伙伴转型提供精准支持方面，业务员工工作台为员工整合展业资讯、转型案例，提供精准赋能分析及多种运营工具的一站式服务，既能帮助员工实时掌握伙伴展业进展，又能凭借丰富的资讯与案例储备，支持员工及时为伙伴提供展业助力。同时，工作台借助数据洞察能力，能在关键展业节点智能提醒员工跟进伙伴，全程陪伴他们度过转型成长的每个阶段。

报告期内，每月超85%的一线业务员工使用平台处理日常工作

2.1.3 高质培训赋能，多维度引导创业者成长

安利（中国）始终认为，个人综合能力的提升是创业成功与个人发展的关键。为此，公司以“一路相伴，步步增值”为理念，构建了覆盖企业、产品、营销技能、通用技能及素质提升的培训体系，全面支持营销人员在不同阶段的成长需求。

为有效落实这一培育理念，安利（中国）与多个利益相关方合作，构建起覆盖多场景、多形式的培训赋能支持体系。2004年，安利（中国）培训中心正式成立。作为专属培训机构，该中心以“励学兴业、修德致远”为校训，基于营销人员能力模型开发必修/选修/进修三大课程体系，通过专业讲师团队整合面授、在线、研讨等多元渠道，内容涵盖商道、营销、管理及产品等关键领域。其中，必修培训及考核与营销人员的职级晋升直接挂钩，有效驱动营销人员持续提升。

截至2024年，安利（中国）累计培训约2,300万人次
持续推动创业者能力与业务协同发展

伴随数字化趋势，安利（中国）通过微信小程序学习平台“i挑战星球”，帮助营销人员利用碎片化时间高效学习。“i挑战星球”小程序作为大健康观念学习场，通过持续更新的线上社群内容、多类型美花主题训练营、伙伴带领组员一同组队打卡等形式，帮助大家在轻松的学习氛围下培养大健康观念。

i 挑战星球小程序

2023年–2024年底
“i挑战星球”年度访问人数已超300万人
年度报名训练营人数超70万人

针对营销人员，安利（中国）深知通过每个个体的专业知识和感染力影响社群、推动社群转变的重要性。因此我们通过多种形式和渠道对他们进行专业知识赋能，并以社群运营的形式，着力推广“CHO家庭首席健康官”概念，同时充分发掘营销人员KOC（Key Opinion Consumer），全面提升线上平台业务内容丰富程度、利用效率和需求匹配精准度。

在内容支持方面，安利（中国）构建了涵盖“打底健康观念”“长期营养早餐”“多样化健康需求”的大健康内容体系，2023年升级推出“美花体系”，同步上线社群内容及公益直播间“美好之约”，邀请42位专家围绕健康、财富等主题完成82场直播。同时近4年联合60位营养专家及三甲医院主任，开发近百套健康微课，社群内容累计浏览突破5亿次。

在社群运营领域，公司为营销伙伴打造了多元化培训体系，重点开展美好生活KOC培育计划，从提升认知、能力和能量维度赋能，支持伙伴们活出美好、分享美好，帮助更多人一起奔赴美好。

截至2024年
社群运营相关线上线下培训共计开展近600场，覆盖约15万人次

在专业知识及业务能力提升的同时，安利（中国）建立线上线下协同的表彰机制，通过多元、及时的激励方式，将个人成长与事业成就深度融合，持续强化伙伴发展动能。线上，通过“安利荣耀星球”小程序及时认可基层伙伴在展业起步阶段的每个“小成就”，引导逐步成长，并通过“新晋荣耀榜”的发布，表彰新晋伙伴所取得的事业成就；线下，安利优秀创业者的表彰信息会在全国安利体验馆中呈现，新晋营销经理及以上的伙伴还将登上“安利（中国）荣耀盛典”的全国表彰大舞台，全方位展现美好生活创业家风采。

此外，安利公司每年举办超12,000场多元化表彰活动
覆盖新人至资深营销伙伴超过70万人次
不断提升伙伴们的创业信心

公司秉持公平公正、多劳多得的核心理念，不断完善对营销人员的奖励体系，让其每一份付出都能获得对等回报。公司倾力打造了包括基础/菁英骨干奖励、绩优营销之星月度奖励、营销之星年度成长奖励、人才培育年度奖励、新晋职级双年奖等在内的核心加码奖励计划。2023-2024年，安利公司针对核心加码奖励计划进一步升级，通过扩大入围对象、提升奖励系数和封顶金额等方式，持续引导健康稳健成长，激活更多中坚力量。

同时，安利（中国）每年开展多次海外进修研讨会，全面满足不同职级营销人员的短期业绩激励、中长期人才培育及全球化成长体验，构建奖励回报与事业发展协同并进的赋能生态。

截至2024年12月

安利（中国）的营销人员
一共参加了61届营销人员进修研讨会
共有216,633人次出席

其中，海外进修研讨会（含港台）为58届
共有211,757人次出席

足迹遍布亚洲、欧洲、北美、澳洲、非洲等
24个国家的44个城市/地区

2.1.4 贯彻人人平等，鼓励支持女性创业

安利（中国）积极践行人人平等的原则营造公平创业环境，始终认可女性创业者对行业进步的显著推动作用。安利自创立初期便关注女性权益，通过创建平等包容的发展机制与多维成长路径，致力于系统性地消解创业生态中的性别障碍。我们积极赋能女性充分发掘自身潜力、实现个人价值，并提升女性在社会治理与家庭建设中的话语权，积极培育具有独立发展意识与卓越领导力的女性创业标杆。

在安利营销人员中，女性创业者占比高达75%，显著拓展了女性职业发展空间并形成核心创新力量。为系统赋能这一群体，公司聚焦女性发展需求，专项开发覆盖创业支持与生活提升的定制化课程，内容涉及法律法规、营养知识、美妆美容、销售策略及商业道德规范等关键领域。

2024年初，安利（中国）进一步推出了《追自己的光》女性社群内容体系，并于2024年底升级为《姐姐在忙》女性美花社群运营红宝书，通过链接社群中的女性群体，以“人生只有一次、为热爱而忙”的价值主张推动女性自我认知成长和能力提升。

打造员工可持续成长平台

员工视为企业发展的重要力量。安利（中国）始终以全方位的关怀体系守护每一位成员的成长与福祉。从夯实权益保障的根基，到筑牢健康安全的防线，从赋能职业成长的每一步进阶，到滋养工作生活的每一处体验，公司致力于构建一个让员工安心立足、舒心发展的生态环境，让个人价值与企业愿景在共生共荣中实现深度契合。

2.2.1 筑牢权益基石，保障员工基本利益

安利（中国）严格遵照《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等相关法律法规履行雇主义务，并制定了《人员聘用政策及程序》《员工手册》《全球员工行为准则》等内部制度，切实保障员工权益，为员工打造有温度、有成长、有尊重的工作氛围。公司依法与员工签订劳动合同，并在《员工手册》中对劳动合同的终止、解除有着明确的规定，严格按照国家法律法规办理相关手续。2024年，公司依法与员工建立工作关系，劳动合同签订率为100%。

安利（中国）严格遵守法律法规和国际公认的人权政策，对于童工、强迫劳动与歧视骚扰等方面采取零容忍的态度。我们贯彻平等雇佣的原则，为所有员工提供平等的职业机会，杜绝因性别、国籍、年龄、民族、宗教伤残等因素产生的歧视，保障男女同工同酬。针对违反行为准则、公司政策的行为或不公待遇与不同意见，我们为员工提供电话、书信、第三方EthicsPoint®系统等合理发声与投诉的渠道。我们承诺将保护举报人，并以公平公正的原则及时给予反馈。

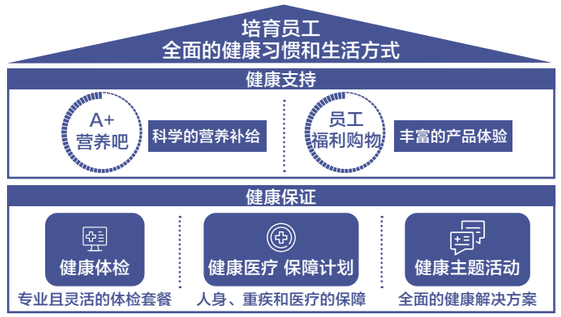
安利（中国）高度重视女性员工的身心健康与发展需求，在劳动保护与权益保障方面实施针对性举措。我们严格遵循相关规定，不在女性员工经期、孕期、哺乳期安排高处、低温、冷水作业及国家规定的第三级体力劳动强度工作。同时，我们依法保障女性员工生育休息休假权利，额外提供每日1小时哺乳假，为双胞胎哺育者提供每日2小时哺乳假，并按规定足额发放产假工资，切实保障女性员工在特殊时期的生活质量与职业权益。

2023–2024年
公司女性员工带薪产假天数
平均达到178.5天
产假后返岗比例达到100%

2024年
公司女性员工占比55%
女性管理者占比43%

2.2.2 守护健康安全，打造全员平安职场

安利（中国）始终将员工健康视为企业稳健发展的根基，通过全方位举措打造覆盖身体、心理与生活的健康关怀体系。在身体健康维度，公司每年为员工提供健康体检、健康医疗保障、营养素补给、产品体验和多元化的健康主题活动等，构建全方位健康关怀体系，引导员工从理念到行动养成健康生活方式，守护自己和家人的全面健康。2023–2024年，安利（中国）员工体检覆盖率达到100%。



安利（中国）员工身体健康支持

A+营养吧

员工每日可在办公休闲区免费享用科学的营养素补给，包括蛋白粉、维生素等纽崔莱王牌产品，帮助提高自身免疫力和身体素质。

员工福利购货

公司为员工提供丰富的产品体验机会，包括QA产品优惠购货、员工生日购货和全线产品员工7折优惠购货，助力全面健康和美好生活。

健康体检

安利（中国）为员工提供一年一度的专业健康体检套餐及健康增值服务，员工可自愿选配适宜方案并获得1对1体检报告解读，也可为家属提供优惠购买体检套餐，给员工和家人最安心的健康保障。

健康医疗保障计划

安利（中国）积极建立分层保险保障体系，为员工额外提供寿险、意外、重疾等补充保险，并为员工及子女增设补充医疗保险，覆盖门诊及住院诊疗费用，全面构筑员工家庭健康防护网络。

健康主题活动

公司每月提供健康期刊及线上健康讲座，开展健康知识科普，并不定期为员工推出健康主题活动，帮助员工从知识、运动、营养等全面护航健康。

我们为员工提供定制化专业体检套餐及健康增值服务，员工可自愿选配适宜方案，并为家属提供优惠购买体检套餐。同时，公司还积极建立分层保险保障体系：面向全体员工配发补充性寿险、意外及重疾保险；为员工及其子女增设补充医疗保险，覆盖门诊与住院诊疗费用，全面构筑员工家庭健康防护网络。

安利（中国）打造“安心驿站”心理援助计划（EAP），通过第三方专业机构建立立体化支持网络，将心理健康纳入企业人文关怀建设的重要位置。该计划覆盖员工及其直系亲属，致力于通过多样的服务内容与广泛的咨询范围，帮助员工及其家人化解职场与生活场景中的压力与困扰，助力构建工作与生活的动态平衡机制。

服务内容

7*24小时热线咨询、一键倾听服务、AI情绪咨询服务、心理健康自测、健康知识科普

主题讲座、变革管理支持、团队危机干预

咨询范围

身心健康与工作压力、哀伤低落与情绪管理、婚姻家庭与亲子教育、个人成长与职涯发展、人际关系与沟通技巧、法务咨询与财务健康

安利（中国）“安心驿站”心理援助计划服务调研

保障员工职业健康是安利员工工作的重中之重。为此，安利（中国）建立与完善了覆盖全员、全流程的健康安全保障机制，并获得ISO 45001职业健康安全管理体系认证。广州生产基地和安利大健康智创园明确由供应链副总裁担任安全最高负责人，推行“管生产必须管安全”的一岗双责制，并实现了自管理层至一线员工100%签署《安全承诺责任书》的安全责任落实。在制度化管理层面，公司严格执行58份专项文件，包括安全生产、职业健康、应急事故管理等方面，结合各部门制定的安全生产危险源识别清单进行动态风险评估，并通过每月更新法律合规要求，始终确保合规、安全运营。

安全文化建设方面，公司注重将安全意识深植员工心中，在车间、通道、班组活动场所等区域设置醒目安全警示标语；通过休息时滚动播放现场真实视频，借助内部报刊、公众号等平台每日推送法律法规、安全常识、事故警示及榜样事迹等内容，强化渗透效果。各部门还设有安全文化廊、安全角、宣传栏等阵地并定期更新，全方位营造安全文化氛围。

公司依法建立培训制度，考核合格上岗，确保特殊工种持证上岗率100%。公司定期举办职业健康培训，邀请区卫健局领导进行讲课，力求提高管理层及员工对职业健康的重视。同时，为提升员工安全意识与知识水平，公司推出微信扫码培训模式，方便员工利用上下班班车等碎片时间学习强化；各区域培训时还购置道具，结合观看安全录像、实际操作及员工自主授课等方式增强记忆效果，提升培训实效。

紧急救护培训

安全管理人员培训

应急演练现场

2023-2024年
广州生产基地累计开展员工职业健康与安全培训952场，安全培训总时长达到51,335小时

在应急响应与风险防控上，公司广泛开展高处坠落、触电、消防、化学品泄漏等多维度应急演练
2024年
广州生产基地组织综合应急演练162次，参与人次8,672人次

公司建立完善的职业健康保障机制，公司超越法定要求，对噪声岗位员工实施全周期健康监护（涵盖岗前、在岗、离岗体检），对初现听力损伤的员工即时启动调岗干预，并优先通过工程技术手段削减高噪声岗位数量。同时，安利（中国）建立事故隐患内部报告奖励制度，与安全行为观察、绩效评价体系深度联动，依托29名跨部门EHS联络员的月度协商平台实现隐患提报与整改闭环管理。工厂每年开展安全生产表彰大会，对于事故隐患排查设有以身作则奖、火眼金睛奖、多多益善奖、吹哨人奖、先进集体奖等等。

安全生产年度总结表彰会

2024年

安利大健康智创园通过84次月度安全检查识别隐患269项，整改完成率100%，提报员工行为安全观察（BBS）3,546条（覆盖率96%），以全链条管理筑牢员工健康安全防线

安利（中国）职业病例与因公死亡人数均为0

2.2.3 赋能职业发展，构建员工成长通道

安利（中国）构建了基于“7-2-1”学习法则的战略性人才发展体系，70%从实践学习，20%向他人学习，10%正式培训，并通过22个定制化项目分层赋能全员至管理者。该体系针对性培育六大战略能力支柱：战略思考力、业务洞察力、创新解决力、统筹推进力、团队成长力及文化理解力，为企业变革期储备核心人才。同时，我们每年基于科学需求调研展开培训计划，覆盖领导力发展、系统思维、跨部门协作等模块，

2023-2024年

累计实施培训222万人次

总培训时长为165,318小时

每年人均培训时长达到24小时

安利（中国）深信，文化价值观是企业长期发展的核心动力。它不仅指引我们在实现战略愿景的每一步中坚守正确方向，更为业务增长注入持久续航力。无论是为营销伙伴提供专业支持、为顾客创造卓越体验，还是跨团队的互动协作中，每一位员工始终以行动践行着企业文化价值观和行为准则。

我们以文化为导向，将价值观系统地融入人才“选育用留”全周期：在人才选拔环节嵌入文化契合度评估机制，在人才任用、发展和绩效管理流程中应用文化价值观行为模型等；同时通过丰富的文化工作坊/培训、线上线下主题活动以及多元化的认可与激励机制，持续推动价值观的深化与传承。这让每一位安利人都能在共同的文化土壤中汲取养分，实现个人与组织的协同发展。

Founders' Fundamentals
创办人信念

Freedom	自 由
Family	家 庭
Hope	希 望
Reward	奖 励

我们是谁

Values
价值观

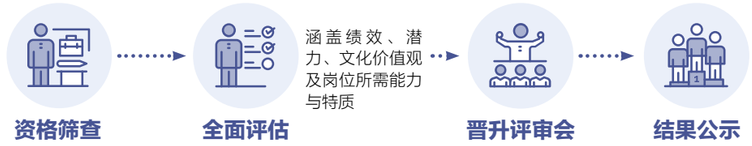
Partnership	伙伴关系
Personal Worth	个人价值
Responsibility	责 任
Integrity	诚 信

我们的行为方式

安利（中国）积极为员工拓展外部学习渠道，由工会每年设立专项资金，依据培训类型及员工职级实施差异化资助，同时通过“1-2人参与外部学习后开展内部分享”的机制，实现资源效益的最大化。安利（中国）还设置了高价值培训（≥2万元）绑定1-2年服务期，确保公司投入与人才留存的平衡。同时，我们开放10人以上集体培训通道，支持团队协同成长。2024年，安利（中国）外部培训投入达142万元。

在员工晋升与选拔方面，安利（中国）以提升人岗匹配度为核心目标，建立了标准化流程，既确保选拔过程的客观性与人才适配性，也能精准定位待发展方向，助力晋升后高效履职。

员工晋升选拔流程：



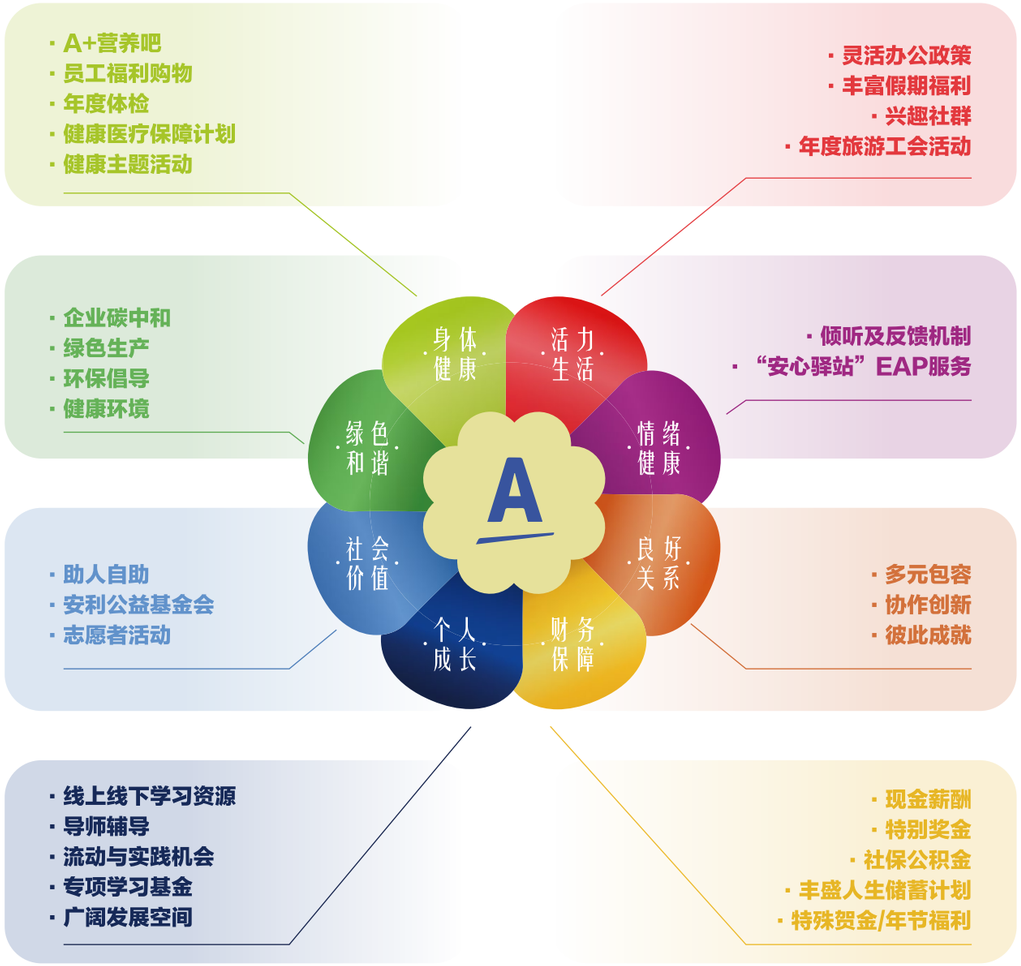
安利（中国）制定《绩效管理政策》并严格执行相关管理办法，致力于通过绩效评估与反馈机制激励终身学习、释放员工潜能。中国大陆正式员工需在年初设定年度目标并定期回顾，通过年初、年中、年末三次结构化沟通，了解目标进展、成长型思维践行情况及发展需求，结合平级与向上反馈形成多维评估结果，按比例划分为优异、满意、待改进三档。评等直接与调薪、奖金挂钩，如员工年初或年中被评为“有待提升”且年终为“待改进”，可能面临零奖金。

为保障公平，员工对评估结果有异议可逐级申诉至直线主管上司、部门主管及区域 / 部门 HR 负责人，HR 将公正调查处理；对于低绩效员工，公司会依据《绩效改进计划》开展相关工作并提供针对性培训，若半年内无改善，可依法调岗、降薪或解除合同，有效平衡公司与员工发展以及风险管控。

此外，公司 2024 年为 39 名中层管理者提供培养支持，通过“赋能 – 实践 – 辅导”的闭环培养模式，推动其团队管理能力的转化与提升，助力高绩效团队打造。

2.2.4 塑造幸福体验，提升员工归属认同

秉承“帮助人们过上更健康、更美好的生活”的愿景，我们致力于通过具有竞争力的全面薪酬、全方位的健康关怀和保障、灵活赋能的工作方式、激励和认可的文化氛围、多元的员工社群和活动等，持续打造兴趣相融、多元美好的工作体验，实现工作与生活的美妙平衡。



安利“美好生活之花”员工福利与成长项目总览

安利（中国）为员工构建了具有市场竞争力且层次丰富的薪酬福利体系，既覆盖不同人生阶段的实际需求，也提供长远保障。现金薪酬方面，公司实行13薪制度并定期复盘以保持市场竞争力；公司基于业绩表现发放浮动奖金，并针对业绩增长贡献突出及表现优异者设立A70成长基金、职能部门激励计划，让付出获得对等回报。福利保障层面，公司依法缴纳五险一金；在结婚、生育、直系亲属离世等特殊节点提供慰问金，于春节、端午、中秋送上节日福利；为主任级及以上员工设立出资供款储蓄计划，助力退休生活保障。此外，公司搭建一站式福利平台，方便员工在年节福利、长期服务奖、特别激励奖金等场景自主选购，让关怀更贴合需求。

同时，安利（中国）重视员工沟通，致力于深化内部沟通效能，推动信息透明与协同共识。为此，公司精心构建并持续完善了一个多层级、全方位的员工沟通渠道矩阵，覆盖各类场景内容与频率，旨在确保信息畅通无阻、理念有效共享，进而尊重与倾听员工心声，显著增强团队凝聚力与合作默契。针对不同范围的员工，我们通过年度管理会议、全国员工会议、公司公告、战略简报、不定时“余乐圈”（董事长兼总裁博客）、合伙人论坛、员工美花月刊、美花上新季刊等形式与员工展开面对面或线上沟通，并通过每年两次的员工敬业度与文化调研，积极收集员工体验、企业文化等员工意见反馈并进行改进。

员工沟通框架

安利（中国）致力于为员工打造灵活赋能的工作模式与多元丰富的生活体验，助力其在高效工作与精彩生活间实现平衡，始终保持活力与热情。

工作层面，公司通过推行不定时工作制、每周一日远程办公等弹性政策，支持员工自主协调工作节奏，更便捷地与跨时区的总部及其他市场同事协作，既提升工作效能、优化服务质量，也为个人生活留出弹性空间。假期制度同样体现人文关怀：员工依据司龄可享受11至22天带薪年假，春节额外增设1天公司假期；病假、补休、婚假、产假、育儿假等各类法定及特色假期的完善配置，进一步为工作生活平衡提供保障。

生活层面，公司以多样化举措增强员工归属感与幸福感：搭建“美好生活社群”，鼓励员工自主组织兴趣活动，在培养爱好的同时拓展社交；各地定期举办生日会、四季美食日、家庭同乐日、文化市集等特色活动，融合节日氛围与团队温情；每位员工每年可享2,000元团队旅游经费，助力团队凝聚与身心放松。这些安排让员工在专注工作之余，能充分追求热爱、滋养生活，实现个人与职业的协同成长。

安利家庭活动

共建合作伙伴赋能平台

安利（中国）深谙“独行快，众行远”的发展之道。在追求自身卓越的同时，公司始终致力于携手价值链伙伴，通过自身及合力推动科技创新，共同打造一个开发、共享、互惠的合作伙伴赋能平台。这不仅是安利践行“共建共享、合作共赢”理念的基石，更是驱动整个行业迈向可持续发展的核心引擎。2023年至2024年期间，我们在科研创新和共建合作伙伴赋能平台方面取得了显著进展，通过深度参与行业标准制定、引领科研技术创新、打通产学研融合通路，成功构建起多层次、立体化的行业赋能体系，为伙伴成长与产业升级注入强劲动力。

截至报告期末
安利（中国）累计主导及参与制定各类国家标准、国家行业标准和地方标准逾60项

其中聚焦绿色设计产品、清洁生产等绿色环保相关标准超过10项

赋能平台的首要价值在于凝聚共识，共筑标准。安利（中国）凭借深厚的行业积淀与前瞻视野，积极参与国家及地方标准制定，推动行业规范化与绿色化发展。截至报告期末，安利（中国）累计主导及参与制定各类国家标准、国家行业标准和地方标准逾60项，其中聚焦绿色设计产品、清洁生产等绿色环保相关标准超过10项，彰显了安利（中国）在可持续发展标准建设中的关键作用。

为能够给上下游企业提供清晰的技术与能效指引，2023年4月，安利（中国）深度参与制定的三项国家行业标准——《水性/无溶剂聚氨酯复合人造革》、《聚氨酯树脂行业绿色工厂评价要求》、《聚氨酯超细纤维合成革单位产品能耗限额》正式实施。这些标准精准聚焦环保与节能痛点，有效填补了行业空白。为加速行业清洁生产进程，2024年3月，安利（中国）主持起草的团体标准《人造革合成革行业挥发性有机废气治理技术规范》正式发布。

赋能平台的核心动力在于持续性的科技创新。安利（中国）在绿色技术研发与产品创新领域持续投入，在健康产品、环保技术及数字健康领域取得系列突破性成果，显著提升了产品竞争力与行业绿色技术水平。2023年，安利（中国）率先实现蛋白粉全线产品碳中和，国际公认的测试、检验和认证机构SGS审核了安利纽崔莱8款蛋白粉产品的碳排查数据、以及碳抵消方案的设定与执行方案，认证该8款产品全部达成碳中和并成为SGS认证的“中国首款零碳蛋白粉”。

2024年，安利（中国）积极参与首届中国数智健康学术会议，深度探讨数智技术在健康领域的融合应用。会议期间，安利（中国）重磅发布了代谢指数构建方法及真实世界验证数据，为慢性病预防提供了创新性的科学工具，展现了公司在数字健康领域的领先探索。

SGS 中国区副总裁辛斌为余放颁发“中国首款零碳蛋白粉”证书

安利科技创新中心经理 阚军陶博士

此外，报告期内，安利（中国）深入推进研发创新，通过公司内部《发明人奖励政策》激励员工技术创新、专利申请并推动成果转化；同时通过加大研发投入，以雄厚的研发资金及完善的研发团队，始终保持安利（中国）在科技创新层面的领先。

2024年
公司研发中心团队共计136人，研发投入12,163万元

2004年至2024年间
累计获得专利124项，其中生效专利33项，申请中专利54项

2024年度安利（中国）专利申请概览：

- 免疫系统支持组合物和产品CN113519839A
- 用于抑制葡糖苷酶的组合物和方法CN115364130A
- 用于抑制胰脂肪酶的组合物和方法CN115364131A
- 用于抑制胶原酶活性的组合物和方法CN116747266A
- 咖啡酰亚精胺化合物的组合物其用途及其亚精胺补充剂CN117159626A
- 咖啡酰亚精胺化合物的富集方法其抗衰老特性和抑制组蛋白脱乙酰酶的方法CN117304054A
- 用于治疗溃疡性结肠炎的黄精多糖组合物以及该多糖组合物的制备方法CN117447619A

同时，安利（中国）积极搭建桥梁，通过学术合作、峰会共建、技术转化等多种形式，创建开放协同的产学研用生态系统，加速科研成果从实验室走向市场。2023年，安利（中国）成功联合中国农业科学院农业环境与可持续发展研究所开展植物蛋白生命周期研究，搭建从种植、加工到消费的全链条碳足迹模型，为2060年蛋白质低碳发展提供预测框架。

2024年，安利（中国）作为核心企业代表参与中国化妆品科学技术大会暨第十五届学术研讨会，与中国工程院、中国医科大学、北京工商大学等顶尖院士团队展开深度交流，共同研讨智慧科技在美丽健康产业的应用前景。安利（中国）积极推动科技成果高效转化，致力于将实验室的智慧结晶转化为生产线上满足消费者需求的优质产品与服务。

安利（上海）科技还在产品开发方面与上海中医药大学，北京中医药大学、复旦大学、浙江大学等19所大学开展项目合作，并专门与上海中医药大学围绕中药原料提取工艺、组分富集纯化、活性筛选，以及配方功效验证展开一系列合作。

同时，安利（中国）与科研院校的合作不仅局限于国内，更将目光瞄准国际领先院校。2024年8月28日，安利（中国）与新加坡国立大学签署合作备忘录，并共同宣布，将在植物蛋白与植物营养素等研究领域开展更为深入的合作，进一步深化双方合作关系，共同推动植物营养与人类健康的研究与发展，并最终将研究成果转化为可应用于营养与健康领域的创新产品与技术。

更美好的全面健康社会

安利（中国）积极响应国家战略、顺应大众健康需求，将“全面健康”确立为战略聚焦和业务发力领域，构建了多层次的健康促进体系。通过开展健康促进和社群共融活动，广泛推广传播健康生活理念，将健康管理融入居民日常生活场景。安利（中国）尤为关注贫困儿童营养与健康，通过持续开展捐赠物资与健康干预等公益行动，致力于缩小社会差距、建设公平社会。

- 提升公众健康素养
- 共建美好生活社群
- 弥合社会健康差距

对应的 SDGs 目标：

亮点绩效：

2023年，带动全国**39**个城市群分公司开展超**150**场健康促进活动链接超**100**个社区

2024年，在全民营养周、巴黎奥运等重要节点落地近**2,000**场健康促进社群活动

2024年，由中国营养学会编写、纽崔莱营养与健康研究中心支持的“中国居民早餐营养健康模式”正式发布

2024年，作为CCTV全面健康行动合作伙伴，推出播放量达**1.89**亿的国民级健康科普竞答节目《全民健康大会》

支持中国发展研究基金会正式发布《2024国民健康生活方式干预及影响研究报告》

2023年3月，安利公益基金会“健康童乐园”公益项目在广东省韶关市翁源县宣告第**10,000**户落成

2024年10月，“健康童乐园”第**1,000**所幼儿园在贵州贵阳落成

提升公众健康素养

从发起“营养中国行”公益项目到战略升级为“健康中国 我们行动”国民健康素养提升计划，安利（中国）深耕健康科普领域，依托十年经验积累，以更专业的科普内容和更多样的创新形式，持续助力中国居民健康素养提升，推动“健康中国”战略落地实施。

3.1.1 倡导大健康理念，共建共享全民健康

安利纽崔莱积极响应《“健康中国2030”规划纲要》号召，致力于推动全民健康素养提升，持续积极参与“健康中国 我们行动”全民健康素养提升项目。该项目在健康中国行动推进委员会办公室的指导下，联合中国健康教育中心、中国发展研究基金会、中国疾病预防控制中心营养与健康所、中国营养学会等权威机构，聚焦合理膳食、健康环境、运动健身、心理健康、健康知识科普及行动、控烟行动、健康体重管理行动等多个方面开展科学普及。2023年，安利（中国）联合中国公共关系协会等单位在清华大学启动健康生活方式全国推广，带动全国39个城市群分公司开展超150场健康促进活动，链接超100个社区、线下数万居民直接参与，线上带动超千万人提升健康素养。7月，安利（中国）在“健康中国发展大会”上，从现代化健康产业发展、个性化健康解决方案提供和全民健康素养提升，与政府部门同台交流，全力投身健康中国建设。2024年，安利（中国）进一步开启全民健康促进活动，结合全民营养周、巴黎奥运等重要节点，联动各地与卫健系统合作展开线上线下的健康城市建设推广活动，走进上百座城市，落地近2,000场健康促进社群活动，线下参与近百万人，线上线下总覆盖数千万人。

安利（中国）董事长兼总裁余放作为企业代表发言

2024年，由中国营养学会编写、纽崔莱营养与健康研究中心支持的“中国居民早餐营养健康模式”正式发布，为公众践行合理膳食提供了简单易行的早餐金标准。该指南以科学依据为基础，为公众提供早餐营养摄入建议，助力健康生活习惯养成。为推动指南落地实施，安利（中国）在全民营养周期间支持开展了覆盖96个城市的早餐营养科普活动，吸引15万余人参与。为继续推进合理饮食与早餐营养研究，安利（中国）宣布投入200万元与中国营养学会共同设立“早餐营养健康模式科普基金”，以加强基础研究、开展科普教育、促进学术交流。

《中国居民早餐营养健康模式》发布

3.1.2 链接各方渠道，多元联动共筑倡导生态

安利纽崔莱作为全面健康推动者，探索出“提升自我健康意识 – 学习健康知识 – 养成健康习惯 – 塑造健康生活方式”的行动路径，通过形式多样的健康促进形式，运用大健康社群，向上支撑健康城市、健康社区建设、向下辐射健康家庭建设，构建全面健康推广中最为活跃、最为有效的社会支持体系。

2023年，安利纽崔莱联合央视新闻，与10位央视名嘴和权威专家联袂推出10期《健康公开课》科普直播，作为北京卫视《养生堂》首席营养健康合作伙伴，推出24期《养生讲堂》科普内容，携手得到与大健康领域12位权威专家联手打造《人均老师 · 健康行动季》系列健康生活方式科普节目，科普内容总播放量突破1亿次；同期与中国公共关系协会发起以“健康中国我们行动”为话题的抖音健康挑战赛，更创下9.3亿次话题播放量。2024年，安利纽崔莱成为中国国家跳水队官方营养合作伙伴，携手奥运冠军组建“健康梦之队”，以榜样力量引领健康风尚；同时，作为CCTV全面健康行动合作伙伴，推出播放量达1.89亿的国民级健康科普竞答节目《全民健康大会》，与《健康中国》栏目合作融媒体节目《健康中国 · 行天下》，深入各大健康城市及展示健康城市建设成果，健康社群风采。安利纽崔莱持续联合媒体、机构、专家，以专业、权威的科普内容，助力全民健康素养提升。

荣誉

安利纽崔莱与央视4套合作的《健康中国 · 行天下》杭州站节目荣获《央视频2024年优秀原创新媒体节目》

共建美好生活社群

安利（中国）通过探索出“我—伙伴—社群—社会”的健康生活推广路径，通过运营线上线下融合的健康社群，分享兴趣和真实，共建温度与亲密，倡导全面健康观念，带动公众培养良好的健康习惯，拥有健康的生活方式。

3.2.1 凝聚社群力量，社群共治健康共生

在“健康中国 我们行动”项目背景下，安利纽崔莱在权威单位指导、权威机构支持、权威媒体参与、权威专家加入下，开发“我们行动啦”健康生活方式推广平台，平台推出百套免费健康课程，支持百万国民组队，以线上结合线下的大健康社群模式，进行健康生活方式干预。通过每日打卡记录个人学习健康知识以及营养摄入、运动、睡眠、戒烟限酒、三减三健等信息，通过社群成员互相陪伴、激励督促、公益活动等手段，逐步养成并固化健康生活方式。

案例

安利（中国）通过线上线下社群活动支持“北京市民健康体重行动”

安利北京分公司与北京疾病预防控制中心等单位合作，开展 2023-2024 年为期两年的北京市民健康体重行动。项目采用“线上 + 线下”结合的方式，通过开展线上“我们行动啦”小程序打卡和线下竞赛相结合的多种社群活动，创新大人群体重干预模式，推动实现“成人肥胖增长率持续减缓”的目标。

活动总参与人数54,524人
建立学习社群1,400个

年人均打卡41.5天
平均打卡率81.8%
共计7,844人完成百天打卡

平均减重1.2公斤
累计减重65,418公斤

“北京市民健康体重行动”启动仪式

“北京市民健康体重行动专家”聘书授予仪式

荣誉

安利北京分公司与北京疾控合作的“北京市市民健康体重行动”荣获“2024年度健康中国行动典型案例”

借助“我们行动啦”小程序，安利支持中国发展研究基金会在2022-2025四年间围绕全面健康现状发现、社群干预举措、成果评价三个阶段进行追踪研究，从身体健康、心理健康、社交关系健康多维度直面健康问题，衡量全面健康水平。通过干预前测、后测对比及分析，探索健康社群干预对国民健康生活方式和全面健康状况的影响，最终发布《2022国民健康生活方式洞察及干预研究报告》和《2024国民健康生活方式干预及影响研究报告》，报告充分印证健康社群对于提升健康素养、助力养成健康生活方式的实用性和有效性。

中国发展研究基金会发布的专业调研

3.2.2 打造沉浸空间，线下场景实体体验

安利（中国）依托线下体验实体，以及线上线下相结合的社群商业模式，构建健康消费新范式。安利（中国）遍布全国的191家线下体验实体，兼具销售、体验、社交、互动等功能，成为社区居民的健康推广中心和美好生活沙龙，应健康消费、绿色消费、情绪消费、品质消费等消费新趋势，安利（中国）致力于打造“美好生活共创空间”和“健康生活方式推广中心”，消费者可以参与健康检测、美食制作、健身活动，享受艺术展或小型音乐会，满足高品质健康生活消费需求，未来我们还将全面升级全国上百家实体体验设施。报告期内，上海美好生活体验馆项目荣获LEED金奖认证，成为安利（中国）首家获此殊荣的体验实体。

安利上海美好生活体验馆项目 LEED 金奖认证

安利上海体验馆活动

弥合社会健康差距

安利（中国）秉持弥合社会健康差距的公益使命，成立安利公益基金会以帮助中国贫困儿童获得公平发展的机会。作为国内第一家由民政部主管的、有跨国企业背景的全国性非公募基金会，基金会以“我们相信每一个孩子都能成为最好的自己，获得美好丰富、充满希望的人生”为愿景，以“致力于通过不断改善儿童的成长环境，在关键发展阶段给予必要的支持，激发潜能，帮助中国儿童获得平等发展的机会”为使命，以“汇聚爱心，传递温暖，促进人与社会的和谐发展”为宗旨，着重关注贫困儿童的营养和教育两大领域。

截至2024年

基金会累计筹款54,555万元
累计公益支出48,319万元
受益儿童达345.7万

荣誉奖项

2023年，荣获公益时报社颁发的中国慈善榜年度慈善榜样
2024年，荣获品牌创新与声誉风险管理论坛颁发的卓越公益组织星晖奖
2024年，荣获中国新闻周刊颁发的年度责任品牌

春苗营养计划

安利公益基金会与中国关心下一代工作委员会共同发起“春苗营养计划”公益项目，旨在通过为中国集中连片贫困地区的乡村寄宿学校配备厨房设备，建设“春苗营养厨房”，解决贫困地区农村学龄儿童在校就餐问题。

2011年–2016年
春苗营养计划在22个省305个县
共完成建设春苗厨房3,856所
培训管理员3,800名
发放学生营养读本57万册
累计受益儿童超194万人

安利公益基金会为项目投入1.7亿元，撬动地方政府、学校、爱心企业、公益组织和社会公众筹各类社会投资达到8.6亿元

为 5 加油——学前儿童营养改善计划

安利公益基金会、中国发展研究基金会、中国儿童少年基金会和中国营养学会共同发起了“为5加油——学前儿童营养改善计划”，为贫困地区营养缺乏的儿童免费提供营养咀嚼片，改善孩子们因营养不良导致的发育迟缓、维生素及矿物质缺乏等健康问题。

2015年–2021年

项目总计支出7,223万元

覆盖青海、新疆、甘肃、山西、湖南、广西等共11省23县910所幼儿园

累积发放营养咀嚼片超过4,372万片

开展营养教育课程累计40,000课时

惠及儿童总数超过120,900名

安利公益基金会与中国疾病防控中心营养与健康所、中国科学院心理研究所联合，于2017年和2019年开展两次项目效果评估显示，

项目覆盖儿童
生长迟缓率从17.6%下降到1.9%

项目覆盖儿童
贫血率从37.6%下降到11.4%

提前完成国民营养计划2030年目标

健康童乐园——儿童全面健康支持计划

从2021年起，安利公益基金会发起“健康童乐园”项目并延续开展至今。“健康童乐园——儿童全面健康支持计划”是由中国关心下一代工作委员会健康体育发展中心、安利公益基金会、深圳壹基金公益基金会联合发起的儿童健康类公益项目。

0–6岁是儿童发展的关键时期。项目面向0–6岁儿童，通过在家庭建立亲子小乐园，赋能养育人开展亲子互动，在幼儿园搭建健康教室，并支持幼师开展健康主题活动，传递健康知识、树立健康理念，培养受益一生的健康习惯，支持儿童全面健康发展。

2023年3月，安利公益基金会“健康童乐园”公益项目在广东省韶关市翁源县宣告第10,000户落成

2024年10月11日，“健康童乐园”第1,000所幼儿园在贵州贵阳落成

截至2024年12月

健康童乐园家庭版在广东、山东、陕西、江西、海南、青海、贵州、甘肃、新疆、湖北、广西11省40县共计覆盖23,300户0–6岁儿童家庭

幼儿园版已覆盖18省82县（区）1,166所幼儿园3,000个班级，受益儿童达176,993名

对应的 SDGs 目标：

亮点绩效：

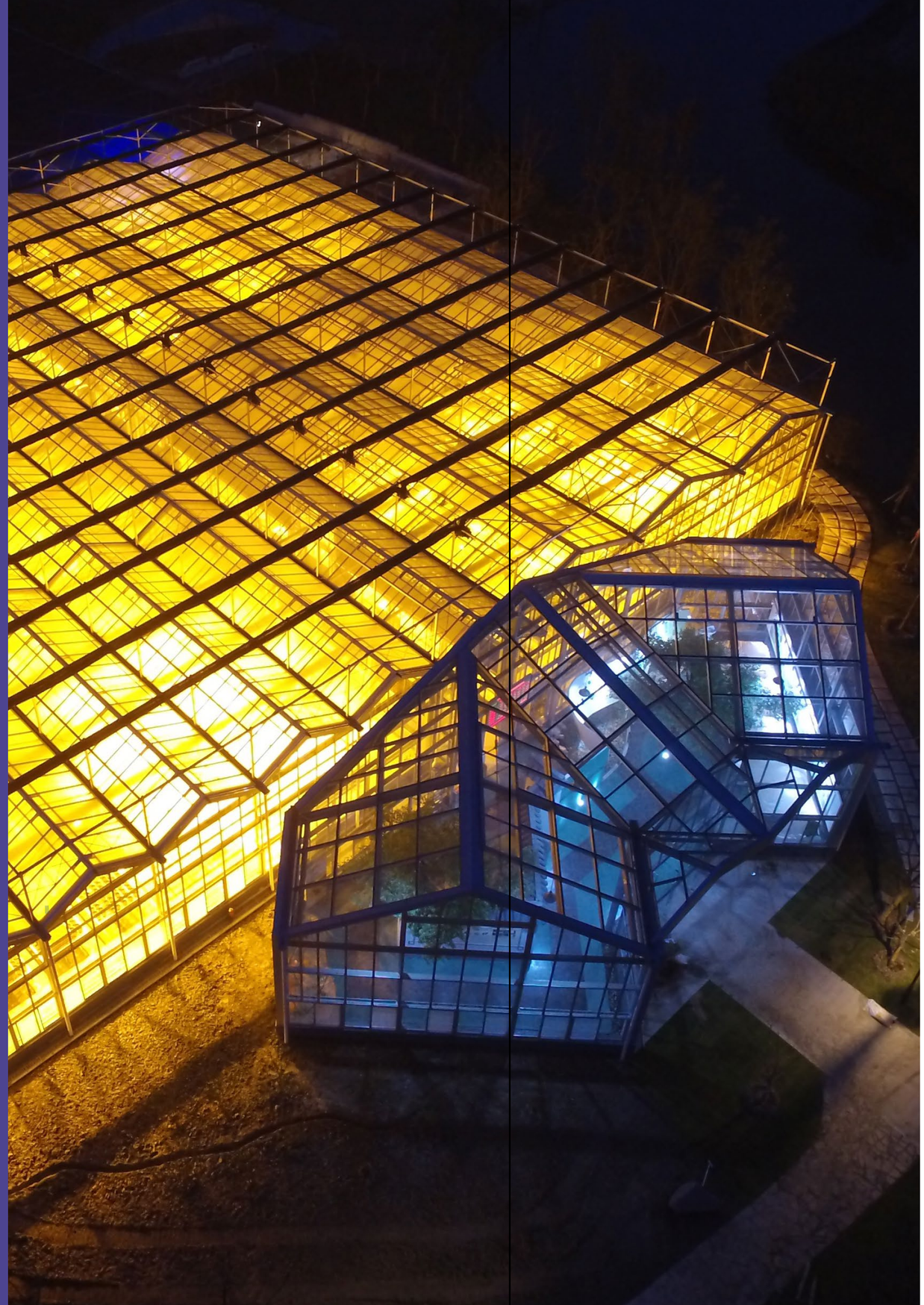
2024年，安利（中国）再次顺利复核通过并延续中国海关AEO（Authorized Economic Operator，经认证的经营者）高级认证，持续保持国际贸易最高信用等级资质和中国海关对企业的权威认可

2024年持续深化ERM机制，提升整体抗风险能力

2022年至2024年，安利（中国）连续三年开展产品安全事故应急演练

截至2024年年底，全国各类商德教育培训累计覆盖约**2,439,900**人次

成功通过ISO 22000/FSSC 22000食品安全管理体系认证，及危害分析与关键控制点（HACCP）体系认证



稳健的公司经营根基

稳健根基，源于合规。安利（中国）紧跟政策导向，主动转型；坚守商业道德，恪守法规；以高标准管理进出口贸易，并实施供应链全生命周期管理，夯实可持续经营底座，强力驱动公司实现长期、可持续的高质量发展。

持守合规前行之道

筑牢风险管理防线

守护数字时代信任基石

持守合规前行之道

在安利，合规是价值创造的引擎。从响应政策转型到零差错跨境贸易，从零容忍反贪到全链条供应商治理，我们携手各相关方，构建透明、共赢、可持续的商业生态。

4.1.1 紧跟政策要求，政企协同下的合规实践

自1995年以来，政府通过持续出台相关政策法规，不断探索对直销行业的监督管理方法，致力于推动行业的健康有序发展。在此期间，安利（中国）经历了6次暂停人员加入及10次业务政策调整。面对这些挑战，公司积极应对，主动适应政策变化，持续优化业务结构，确保业务运营的合规性与可持续性。通过一系列举措，安利（中国）不仅成功实现了业务的平稳过渡与转型升级，也为行业的规范化贡献了积极力量。

未来，安利（中国）将继续密切关注国家政策导向，保持与监管部门的密切沟通与协作，始终秉持高度的责任感与合规意识，持续完善内部管理体系，确保业务发展始终符合法律法规要求，继续在行业中发挥引领作用。

安利（中国）配合国家政策积极开展业务转型

1995年
安利（中国）严格遵守国务院发出的《关于停止发展多层次传销企业的通知》，停止发展营销人员队伍，积极配合政府审核，自觉开展内部整顿工作。

2002年
安利（中国）严格遵守国家工商总局、外经贸部和国家经贸委联合印发的《关于＜关于外商投资传销企业转变销售方式有关问题的通知＞执行中有关问题的规定》，暂停接受新营销人员，并对营销队伍进行了开业七年来最大力度、最大规模的整顿。

2003年
为消除公众对公司营销模式的误解，规范营销人员的行为，安利（中国）推出“三个加强、六个严禁”九项措施，纵深推进店铺运营、客户服务、营销人员培训、营销人员准入机制等方面的整顿工作。

2007年
安利（中国）在获批直销经营许可的地区正式启动直销业务，多元化营销模式全面展开，并针对消费者、直销员等陆续推出促进业务发展的相关措施，如延长“购物保障”、启动直销员培训考试颁证、明确培训晋升方案等，推动市场持续稳健成长。

2019年
安利（中国）全面贯彻落实直销法规要求，为了进一步加强直销员招募流程的管理，因此特别重申安利（中国）强制要求必须先行参加培训考核并获得《直销员证》。

4.1.2 严守廉洁底线，诚信治理的合规实践

安利（中国）严格遵守国家法律法规，致力于在业务运营中践行高标准的社会和环境责任以及道德行为。我们深知，良好的商业道德是企业声誉的基石，更是推动企业与利益相关方长期合作与共同发展的关键所在。

在自身运营中，安利（中国）对反商业贿赂及反贪污行为持零容忍态度，并将这一要求延伸至供应链管理，为此，安利（中国）制定了《供应商行为准则》，并要求所有供应商签署该准则，持续加强对供应商在环境、社会行为上的监督与管理，期望与供应商携手构建一个公平、透明、可持续的商业环境。

4.1.3 加强全球协同，跨境贸易的合规实践

安利（中国）同样注重进出口贸易的合规管理。安利（中国）不仅深刻践行进出口通关申报零合规错误，更通过举办海关实验室交流会、贸易合规论坛及出海相关的行业研讨，持续强化跨境贸易合规宣贯与能力建设。2024 年，安利（中国）再次顺利复核通过并延续 AEO（Authorized Economic Operator，经认证的经营者）高级认证，持续保持国际贸易最高信用等级资质和中国海关对企业的权威认可。

2024年 顺利复核通过并延续中国海关AEO高级认证

2023年 贸易合规论坛

2024年 出海相关行业交流会

2024年 海关实验室交流会

4.1.4 强化责任采购，供应链管理的合规实践

强化供应链的合规管理是安利（中国）健康稳健发展的重要保障。公司建立并不断完善供应链管理体系，持续优化管理机制及规范供应商要求，以此减少供应链风险。

安利（中国）通过对供应商制定严格的规范制度，保障供应链的发展韧性。2023 年，公司采购部携手合规部门合力编制了《供应商行为准则》《供应商全生命周期管理指引》及新采购政策，并于 2024 年正式发布。三项制度覆盖供应商准入、评估、风险与退出机制，系统化促进了供应链的可持续运营。

《供应商全生命周期管理指引》

筑牢风险管理防线

安利（中国）始终将风险管理视为企业稳健发展的基石，致力于构建全方位、多层次的防御体系。我们通过制度化、流程化的管理机制，持续识别、评估并应对运营中的各类风险。同时，我们通过强化员工风险意识培训，将风险管理融入日常业务流程，为企业战略目标的实现提供坚实保障。在产品管理层面，公司从安全应急演练、质量安全培训及质量文化建设入手，提升全员质量安全意识，以此全面牢筑公司运营与产品质量的风险管理防线。

4.2.1 守护稳健运营，把握全面风险管理

安利（中国）高度重视企业风险管理体系建设，将其作为实现可持续经营和战略目标的重要保障。公司建立了专业的企业风险管理机制，系统性地识别和管控业务运营中的各类风险，包括但不限于业务连续性风险、网络安全、合规风险、声誉风险以及地缘政治变化带来的挑战。

2022年，安利（中国）专门组建了企业风险管理项目小组，通过建立跨部门协同机制，各风险领域负责人带领团队形成了高效的风险应对网络，实现了风险信息的及时共享和快速响应。这一体系的建立显著提升了公司对潜在风险的预警能力和处置效率，为业务持续稳定发展提供了有力支撑。

此外，公司通过定期开展风险评估，运用科学的风险评估框架，精准识别公司内部及业务流程中的各类风险点。基于评估结果，公司及时制定针对性的应对策略，最终形成公司专属的风险库。风险库的建立不仅为公司提供了全面的风险管理信息资源，还实现了风险的动态监控与可持续管理，为公司的稳健运营保驾护航。

安利（中国）风险评估框架

安利（中国）持续强化全体员工及业务伙伴的风险防范意思培养。报告期内，公司组织了一系列面向全体员工的培训活动，内容涵盖政策法规、网络安全以及行为规范等多个关键维度。此外，公司还针对不同职能的员工群体，提供了定制化的主题培训课程，以满足多样化的学习需求。安利（中国）致力于全方位提升全员的风险意识，帮助员工在日常工作和决策中更好地识别、评估和规避潜在风险，从而为公司的可持续发展筑牢根基。

安利（中国）风险管理培训内容	培训对象	培训频率
营销展业人员必修培训	营销展业人员	每年平均22场
网络与信息安全培训：必修《信息安全与风险政策标准培训》	全员	一年一次
遵守法律法规及公司政策培训： 必修《安利全球员工行为准则，利益冲突申报表及培训》	全员	一年一次
第三方风险培训：采购相关政策	采购部	按需不定期开展

通过这一系列系统性、前瞻性的风险管理举措，安利（中国）在复杂多变的市场环境中保持了稳健的发展态势，为公司的长期可持续发展奠定了坚实基础。

2024年

安利（中国）提供4门商德相关课程线上的营销人员阶梯式必修培训课程，吸引超过21,400多人次观看；开展线下必修培训课25场，各地业务培训与会议8,100余场，全国各类商德教育培训累计覆盖约2,439,900人次。

4.2.2 完善全链追溯，严格产品质量管控

从生产环节到最终向消费者交付的产品，安利（中国）始终致力于在全价值链保持全流程的高质量标准，最大程度保护消费者的利益。在法律法规层面，公司严格遵循《食品安全法》《化妆品生产质量管理规范》以及《企业落实化妆品质量安全主体责任监督管理规定》等法规要求，确保生产活动合法合规。在制度建设方面，公司基于不同相关方和生产环节，建立了多层次的质量安全管理制度，全方位保障产品质量的领先地位。

产品质量管理体系建设

在日常管理中，安利（中国）在质量战略的引领下，搭建了综合质量管理体系。质量管理部主导产品质量风险管理，一方面，严格落实相关管理制度，履行食品安全主体责任，形成每日管控、周度排查和月度汇报的常态化工作机制；另一方面，持续推进变更管理和验证工作，前瞻性、定期性研判、排查并消除产品质量和安全风险点，确保质量管理体系的持续优化与完善。

自2022年至2024年，安利（中国）连续三年开展产品安全事故应急演练，每年针对不同的紧急事件进行模拟演练。通过模拟真实场景，公司有效提升了在生产期间应对突发异常情况的能力，进一步增强了风险防控水平，为公司的可持续发展提供了坚实保障。

案例

安利（中国）持续开展产品安全事故应急演练 持续保障产品安全生产

2022年至2024年，安利（中国）连续三年开展了产品安全事故应急演练，旨在提升公司在生产期间应对突发异常情况的能力。演练聚焦于特定紧急事件，通过模拟真实场景，检验各部门的协同应对能力。

2022年演练以“空调系统异常”为主题，2023年以“蒸汽供应异常”为主题，2024年则以“突发性停电”为主题。在演练过程中，各部门紧密配合，演练均顺利且成功完成。通过这些演练，公司进一步完善了应急管理体系，显著提升了产品生产过程中的安全保障水平，为公司的可持续运营奠定了坚实基础。

报告期内，安利（中国）在产品质量安全管理领域取得了显著成就，获得了多项权威认证。公司成功通过了ISO 9001质量管理体系、ISO 22000/FSSC 22000食品安全管理体系及危害分析与关键控制点（HACCP）体系、ISO 17025实验室管理体系、ISO 22716化妆品GMP等国际认证。这些认证充分彰显了公司在产品质量安全管理方面的规范性和专业性。

此外，安利（中国）在其他领域也获得了广泛认可。公司获得了非转基因身份识别（IP）体系认证，以及NSF ANSI 455-2膳食补充剂良好生产规范（GMP）认证，进一步巩固了公司在膳食补充剂行业的质量标杆地位。同时，公司还通过了HALAL清真保障体系认证，确保产品符合清真标准，满足多元化的市场需求。

同时，在荣誉方面，安利（中国）凭借卓越的质量表现，获得了来自中国质量检验协会和广东省质量协会的多项奖项。这些荣誉不仅是对公司在产品质量管理方面不懈努力的肯定，也是对公司在可持续发展进程中坚守质量底线的有力证明。通过持续追求卓越，安利（中国）致力于为消费者提供高质量、安全可靠的产品，推动行业的可持续发展。

2023年

- 3.15“全国产品和服务质量诚信示范企业”
- 全国质量检验稳定合格产品
- 全国产品和服务质量诚信品牌
- 全国质量诚信标杆企业
- 全国保健品行业质量领先企业
- 全国保健食品行业质量领先品牌
- 全国质量检验诚信企业
- 全国质量检验稳定合格产品

2024年

- 3.15“全国产品和服务质量诚信示范企业”
- 全国质量检验稳定合格产品
- 全国产品和服务质量诚信品牌
- 全国保健品行业质量领先企业
- 全国“质量月”质量诚信倡议企业
- 广东省用户满意等级评价标杆企业

产品质量安全培训及文化建设

安利（中国）高度重视质量安全培训与文化建设，将其视为推动企业可持续发展的重要基石。公司通过培养和塑造企业内部员工的质量意识、质量价值观和质量行为习惯，建立起一种以质量为核心的企业文化，并组织了一系列全员参与的质量文化活动。

系统化质量安全培训

公司积极识别员工对于质量文化教育与培训的需求，制定并实施了全面的培训计划。培训内容涵盖广泛，旨在全面提升员工的质量意识和专业技能。同时，公司通过评价持续改进培训成效，确保培训内容与实际工作紧密结合，切实提高员工的质量管理能力。

员工反馈激励机制

安利（中国）积极鼓励员工提出改进和创新建议，通过设立专门的反馈渠道和激励机制，激发员工的主动性和创造性。对于被采纳的建议以及在质量工作中表现优秀的员工，公司给予奖励和表彰，进一步增强员工的荣誉感和责任感，营造全员参与质量管理的良好氛围。

质量文化系列活动

公司通过开展形式多样的质量活动和推广活动，如质量月活动、持续改善活动、质量知识竞赛等，营造良好的质量文化氛围。这些活动不仅增强了员工对质量工作的理解与认同，还促进了跨部门的交流与协作。

案例

安利（中国）持续开展质量安全培训 提升员工质量安全意识

2022年至2024年，安利（中国）连续三年开展了全面系统的质量安全培训。培训充分考虑了员工的多样化需求，覆盖了生产、质量管理、工程、仓储、物流、采购、行政、研发等与质量安全密切相关的关键岗位人员。培训内容丰富多样，涵盖了HALAL清真标准、食品相关法规、FSSC 22000食品安全管理体系、HACCP危害分析与关键控制点、ISO 22716化妆品良好生产规范、非转基因身份保持（IP）认证、NSF GMP膳食补充剂良好生产规范、虫害管理等多个重要领域。通过这些培训，安利（中国）为员工提供了丰富的学习资源，传递了以质量为核心的企业文化，助力员工质量安全意识的全面提升。

守护数字时代信任基石

在数字时代，守护信任基石是企业的核心责任之一。安利（中国）始终坚持以“安利A70”战略为引领，致力于在数字化转型的进程中筑牢信任根基。我们持续开展信息与隐私安全相关管理与保护举措，不断完善信息安全保障体系，从法规要求、制度、管理等多维度入手，确保为消费者提供一个安全、可靠、值得信赖的数字环境，助力公司与消费者共同迈向可持续发展的未来。

4.3.1 筑牢数据防线，完善信息安全管理架构

安利（中国）高度重视消费者的个人信息保护与隐私安全，依托“安利A70”战略，开展信息安全保障工作，并致力于从法律法规、制度建设、治理架构及可持续运行机制四方面，构建信息安全保障体系，全方位保护消费者的合法权益，提升消费者信任。在法律法规上，安利（中国）严格遵循《中华人民共和国个人信息保护法》《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国网络安全法》《数据出境安全评估办法》等法规要求，同时在报告期内，全面贯彻落实监管部门发布的《关于开展App违法违规收集使用个人信息专项治理的公告》及2项国家标准《信息安全技术个人信息安全规范》（GB/T 35273-2020）《信息安全技术网络安全等级保护基本要求》（GB/T 22239-2019）。

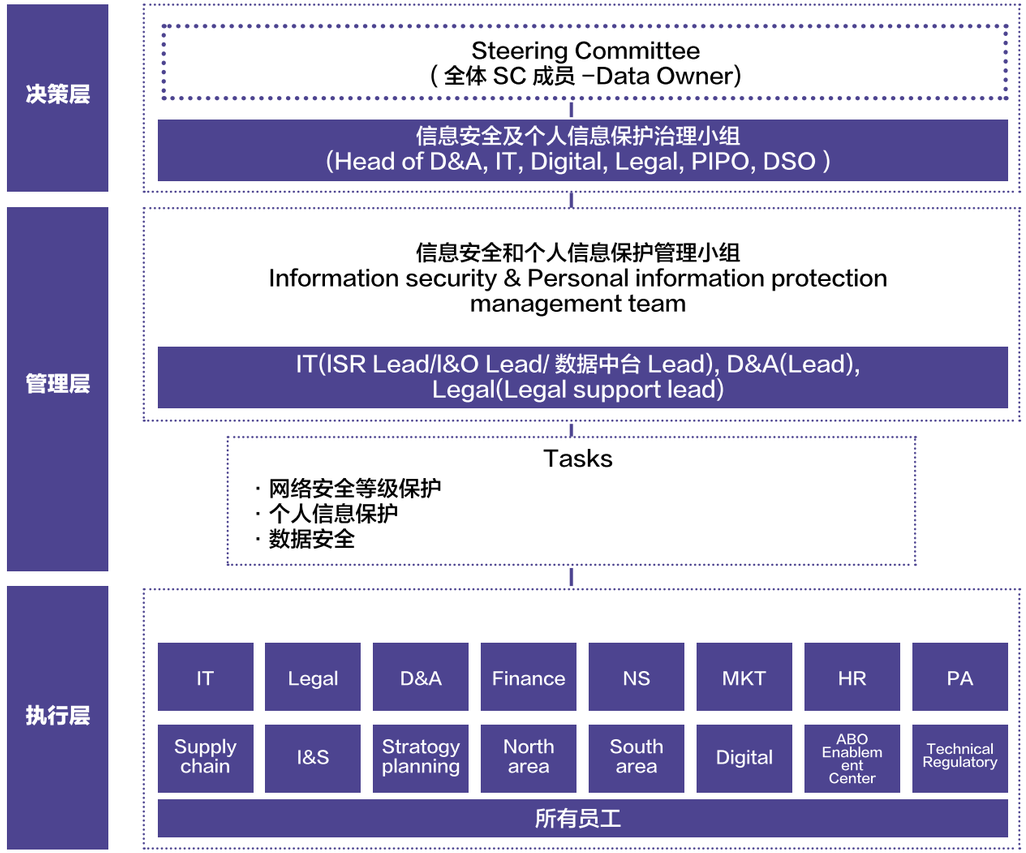
安利（中国）参照法律法规、国家标准及业界最佳实践，积极推动信息与隐私安全管理制度建设，制定了《信息安全方针与策略》《个人信息保护策略》《数据安全总纲》等70余篇制度，并推出系列配套标准、流程和指引文档，为开展日常管理提供了明确指导。

信息安全保障工作具体目标：

在治理架构上，安利（中国）构建了层次分明的信息安全、个人信息保护及数据安全组织架构开展信息安全管理，共分为3层：决策层、管理层与执行层。根据国家要求，公司任命了网络安全负责人（简称“CSO”）、数据安全负责人（简称“DSO”）和个人信息保护负责人（简称“PIPO”），与法务、IT、数字化、大数据分析等专业部门一把手共同组建信息安全及个人信息保护治理小组，与公司咨询委员会共同构成决策层，负责领导、监督信息安全治理工作；治理小组下设专门的信息安全及个人信息保护管理小组形成管理层，负责实施管理层的决策，全面推进信息与隐私安全管理；执行层则由各部门接口人和公司全体员工组成，大家相互配合，共同维护消费者和公司的数据安全。

安利（中国）不断提升信息安全与合规治理水平，2024年，公司进一步完善了信息安全及个人信息保护组织框架，增加了数据安全保护相关角色，并明确对应的职责、分工。

为了保证信息安全和合规管理有序运转，公司建立了规范的组织运行机制，通过定期召开信息安全与合规管理会议，组织多元化的主题交流与培训宣传活动，及时掌握各部门、各环节的信息安全与合规治理进展，消除数据安全痛点，共享数据安全能力，共建数据安全防线。报告期内，公司未收到任何与数据安全和隐私保护相关的投诉。

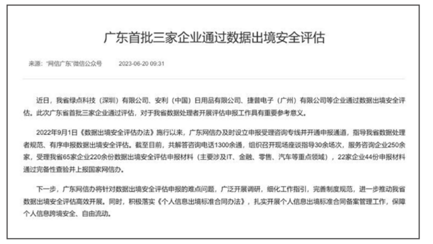


安利（中国）信息安全、个人信息保护及数据安全管理组织架构

4.3.2 守护数字信任，落实信息与隐私安全保护

为了进一步落实信息安全与隐私保护管理制度，让信息安全保障工作常态化与规范化，安利（中国）通过定期开展风险评估与专项审计、数据安全治理、关键业务系统等级保护测评、个人信息影响评估、信息安全应急演练及员工信息安全宣贯等一系列措施，持续增强公司信息安全风险预防、监控和应急处置能力，提升员工信息安全与隐私保护意识，牢筑公司信息安全防线。报告期内，安利（中国）未发生任何重大信息泄露事故。

信息与隐私安全保护举措	2023 年	2024 年
信息安全保障	1.实施互联网资产测绘和攻击暴露面管理，及时洞察、消除数字资产风险管理盲区 2.应用安全检查电子流程及安全质量门禁上线，有效降低应用带病上线的安全风险 3.通过数据防泄漏和威胁情报体系，实现从内部到外部，从员工到供应商多渠道的数据泄露风险监控和审计 4.定期开展内部个人信息保护工作自查： · 第四季度针对个人信息影响评估(PIA)、供应商风险评估(VRA)、体系文档及系统权限等完备性开展自查，均无发现重大缺失问题 5.开展数据出境治理： · 完成数据出境安全评估及备案 · 安利（中国）成为广东首批通过数据出境安全评估三家企业之一	1.通过自动化漏洞扫描和验证系统，及时发现、改善防御体系弱点短板 2.移动应用安全合规及自助安全扫描纳入应用安全质量检查电子流程，安全左移及系统合规质量把控进一步增强 3.启动数据安全专项治理，开展数据确权、分类分级、加密、脱敏、匿名化等治理工作 4.定期开展内部个人信息保护工作自查： · 第四季度针对个人信息保护治理、生命周期管理、主体权利保障及安全事件的流程及制度完善等开展自查，均无发现重大缺失问题 5.持续开展流程标准化工作： · 安利（中国）通过国家数据管理能力成熟度（DCMM）三级认证
关键业务系统等级保护测评	完成重要系统等级保护认证及备案： · 营销人员体验和数字化系统通过等级保护测评三级认证	完成重要系统等级保护认证及备案： · 安利私有云和安利数据中台通过等级保护测评三级认证
个人信息保护影响评估	持续优化个人信息影响评估（PIA）流程，上线PIA电子流程，大幅提升PIA审核效率并强化个人信息保护合规要求（如隐私政策、数据协议及安全保护措施等）的执行，确保公司合法合规保护个人信息	持续扩大PIA的覆盖范围，全年共开展超百次评估，包含公司前端数字化产品、后台数据管理、市场活动/会议、物流、调研、客户/员工服务和管理等个人数据处理业务场景
信息安全应急演练	· 开展以“数据防泄漏”为主题的信息安全应急演练 · 受邀参加2023“中国黄埔 · 网络安全”政府网络安全实战攻防演练	· 开展以“勒索病毒防范”为主题的信息安全应急演练 · 受邀参加2024“埔剑杯”政府网络安全实战攻防演练
员工信息安全宣贯	· 开展全员信息安全及个人信息保护培训，近4000人参加，通过率94% · 开展12场个人信息影响评估（PIA）专场培训，共14个部门逾千人参与 · 举办线下信息安全周活动，覆盖广州、北京多地，寓教于乐	· 开展两场全员信息安全与合规制度宣贯直播培训，反响热烈 · 举办“拥抱安全、守护美花”信息安全周活动，包括线上游戏、线下培训和应急演练等系列活动


广东首批三家企业通过数据出境安全评估

来源："网信广东"微信公众号 2023-06-20 09:31

近日，我省绿点科技（深圳）有限公司、安利（中国）日用品有限公司、捷普电子（广州）有限公司等企业通过数据出境安全评估。此次广东省首批三家企业通过评估，对于我省数据处理者开展评估申报工作具有重要参考意义。

2022年9月1日《数据出境安全评估办法》施行以来，广东网信办及时设立申报受理咨询专线并开通申报通道，指导我省数据处理者规范、有序申报数据出境安全评估。截至目前，共解答咨询电话1300余通，组织召开现场座谈指导30余场次，服务咨询企业250余家，受理我省65家企业220余份数据出境安全评估申报材料（主要涉及IT、金融、零售、汽车等重点领域），22家企业44份申报材料通过完备性查验并上报国家网信办。

下一步，广东网信办将针对数据出境安全评估申报的难点问题，广泛开展调研，细化工作指引，完善制度规范，进一步推动我省数据出境安全评估高效开展。同时，积极落实《个人信息出境标准合同办法》，扎实开展个人信息出境标准合同备案管理工作，保障个人信息跨境安全、自由流动。

广东省首批三家企业通过数据出境安全评估官方报道截图

信息系统安全等级保护备案证明

依据《信息安全等级保护管理办法》的有关规定，安利（中国）日用品有限公司单位的：

第三级营销人员体验和数字化系统系统

予以备案。

证书编号：4401123600200017

中华人民共和国公安部监制

备案公安机关公章

2023年12月05日

营销人员体验和数字化系统信息系统安全等级保护备案证明（2023）

DCMM

数据管理能力成熟度（甲方）

等级证书

依据国家标准《数据管理能力成熟度评估模型》（GB/T 36073-2018），经评估，安利（中国）日用品有限公司数据管理能力成熟度达到稳健级（3级），特发此证书。

评估机构：北京赛昇科技有限公司

评估依据：《数据管理能力成熟度评估模型》（GB/T 36073-2018）

证书编号：DCMM-I-3-4400-002539

查询平台：https://www.dcmm-cfeii.com

发证日期：2024年10月13日

有效日期：2027年10月12日止

中国电子信息行业联合会

国家数据管理能力成熟度（DCMM）三级认证证书（2024）

信息系统安全等级保护备案证明

依据《信息安全等级保护管理办法》的有关规定，安利（中国）日用品有限公司单位的：

第三级安利私有云系统系统

予以备案。

证书编号：4401123600200028

中华人民共和国公安部监制

备案公安机关公章

2024年11月27日

私有云系统信息系统安全等级保护备案证明（2024）

信息系统安全等级保护备案证明

依据《信息安全等级保护管理办法》的有关规定，安利（中国）日用品有限公司单位的：

第三级安利数据中台系统系统

予以备案。

证书编号：4401123600200029

中华人民共和国公安部监制

备案公安机关公章

2024年11月27日

数据中台信息系统安全等级保护备案证明（2024）

案例

安利（中国）举办信息安全宣传周

2023年，安利（中国）在广州、北京两地开展了信息安全宣传周活动。现场通过设计大屏安全科普、安全游戏大挑战、企微发圈等活动，以寓教于乐的方式，大力提升了员工对信息安全和合规的认知，并培养了大家的信息安全保护意识。

2023 信息安全周活动

开展“勒索病毒防范”信息安全应急演练

2024年，安利（中国）举办了以“勒索病毒防范”为主题的信息安全应急演练。演练通过模拟真实攻击场景，成功检验了信息安全应急预案的有效性，进一步巩固了网络安全防护工作、提升了网络安全应急处置能力，为营造公司安全绿色的网络环境筑牢坚实的基础。

“勒索病毒防范”信息安全应急演练现场

- **2023-2024 年，公司发生重大信息泄露事故 0 次**

2023–2024 安利（中国）
环境、社会及治理（ESG）报告

奖项与荣誉

2023年5月
2023中国慈善榜年度慈善榜样
(公益时报社)

2023年7月
卓越合作伙伴
(青年成就中国（JA China）)

2023年10月
中国企业气候行动（CCCA）共同体成员单位
(中国企业气候行动秘书处)

2023年11月
碳普惠合作网络第二批参与单位
(生态环境部宣传教育中心)

2023年11月
2023企业ESG碳中和案例
(新华网)

2023年11月
2023年度国民信赖十大健康品牌
(华夏时报)

2023年12月
2023年度ESG贡献奖
(财经网)

2023年12月
绿色品牌示范企业
(广东省清洁生产协会)

2024年3月
广州市黄埔区首批“无废工厂”
(广东省广州市)

2024年8月
中银香港企业低碳环保领先大奖
(香港工业总会)

2024年8月
DEI雇主大奖
(雇主品牌研究所)

2024年11月
2024年度责任品牌
(中国新闻周刊)

2024年11月
卓越公益组织星晖奖
(品牌创新与声誉风险管理论坛)

2024年12月
年度健康守护消费榜
(钛媒体)

关键绩效表

环境 [5]

指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
温室气体排放总量 [6]	吨二氧化碳当量	183,971.96	720,774.38	/[7]
温室气体排放量 – 范围一	吨二氧化碳当量	394.40	553.77	/
温室气体排放量 – 范围二	吨二氧化碳当量	39,315.29	32,903.48	/
温室气体排放量 – 范围三	吨二氧化碳当量	144,262.27	687,317.13	/
能源使用量 – 汽油 [8]	升	13,429.45	29,293.86	19,939.02
能源使用量 – 柴油 [9]	升	1,612.00	3,089.00	708.00
能源使用量 – 天然气	立方米	28,657.00	28,926.00	38,223.00
能源使用量 – 外购电力	兆瓦时	43,836.70	41,020.80	37,286.66
能源使用量 – 外购蒸汽	吨	49,361.00	46,469.00	44,303.00
清洁能源使用比例 [10]	%	28.50	38.50	52.82
总取水量 [11]	吨	157,901.00	130,983.00	128,696.00
总排水量	吨	79,102.10	78,086.00	67,947.00
总耗水量	吨	78,792.90	52,897.00	60,749.00
化学需氧量（COD）	吨	4.08	7.19	15.34
氨氮（NH_3–N）	吨	0.05	0.08	0.07
废气排放量 [12]	万标立方米	22,732.66	21,822.98	12,739.28
悬浮颗粒（PM）排放量	千克	328.02[13]	710.50	721.32
固体废弃物总量	吨	1234.91[14]	2,654.31	3,652.11
废弃物排放量 – 有害废弃物总量	吨	10.08	13.99	9.28
废弃物排放量 – 无害废弃物总量	吨	1,224.83	2,640.32	3,642.83

5. 环境数据如无特殊说明，披露边界为广州生产基地及安利大健康智创园数据
6. 温室气体排放总量及下述各范围温室气体排放量中，安利大健康智创园2022年数据仅为2022年7月1日至2022年12月31日数据
7. 广州生产基地及安利大健康智创园2024年度温室气体排放总量及下述各范围温室气体排放量的盘查工作尚在进行中
8. 安利大健康智创园2022年数据仅为2022年7月1日至2022年12月31日数据
9. 安利大健康智创园2022年数据仅为2022年7月1日至2022年12月31日数据
10. 仅为安利大健康智创园数据
11. 本数据披露边界为广州生产基地及安利大健康智创园生产取水量
12. 仅为广州生产基地数据
13. 仅为广州生产基地数据
14. 固体废弃物总量及下述各废弃物排放量2022年相关数据仅为广州生产基地数据

社会

指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
员工总人数	人	/	3,968	4,042
男性员工人数	人	/	1,788	1,849
女性员工人数	人	/	2,180	2,193
女性员工占比	%	/	55	55
女性高管占比	%	/	49	43
劳动合同签订率	%	/	100	100
员工体检覆盖率	%	100	100	100
女员工休产假天数	天	180	176	181
女性员工休产假后返岗比例	%	100	100	100
员工保障投入	万元	613	606	655
因工作关系死亡人数	人	0	0	0
工伤轻伤人数	人	1	1	6
工伤重伤人数	人	4	6	7
可记录工伤事件数量	件	5	7	13
职业病例	人	0	0	0
职业健康体检率	%	100	100	100
特殊工种持证上岗率	%	100	100	100
员工培训总人次	人次	/	952,050	1,268,217
按性别划分的员工培训人次 – 女性	人次	/	533,148	710,202
按性别划分的员工培训人次 – 男性	人次	/	418,902	558,015
员工培训总小时数	小时	/	79,874	85,445
员工平均受训时数	小时	/	27	21
员工培训投入金额	万元	/	107	157
员工培训覆盖率	%	/	74	97
接受定期考核和职业发展评估的员工比例	%	/	100	100
员工社会保险覆盖率	%	100	100	100
员工人均带薪休假天数	天	17	17	17
营销人员培训次数	次	/	/	591
员工志愿服务总时长	小时	/	/	11,475

指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
研发投入金额	万元	/	17,110	12,163
研发人员数量	人	/	141	136
本年度获得专利数量	项	/	4	5
获得发明专利数量	项	/	2	/
累计获得专利数量	项	/	119	124
主导制定团体标准	项	/	2	1
参与制定团体标准	项	/	2	1
产品召回次数	次	0	0	0
产品质量检测次数	次	58	72	80
质量管理培训次数	次	22	30	26
参与质量管理培训的员工人数	人次	1,401	2,266	3,417
特种设备年检使用合格率	%	100	100	100
安全生产培训场次	次	380	487	587
安全生产培训总时长 [18]	小时	26,953	26,507	24,828
应急演练次数	次	111	134	188

治理

指标	单位	2022 年	2023 年	2024 年
公司供应商总数	家	/	600	600
公司在中国大陆注册的供应商总数	家	/	580	580
公司在港澳台及海外注册的供应商总数	家	/	20	20
使用环境标准筛选的新供应商占比	%	/	100	100
使用社会标准筛选的新供应商占比	%	/	100	100
常规审计报告数量	份	/	424	393
专项审计报告数量	份	/	5	5

18. 仅为广州生产基地数据

报告索引

安利（中国）2023–2024 年 ESG 报告指标索引表

报告章节	GRI
专题	/
关于本报告	2–2 2–3
领导致辞	2–6 2–22
公司介绍	2–1 2–2 2–6
联合国可持续发展目标响应	/
可持续发展战略体系	2–9 2–12 2–14 2–16 2–17 2–22 2–25
双重重要性分析	3–1 3–2 3–3
利益相关方沟通	2–26 2–29
第一章 可持续的绿色健康之路	
笃行绿色发展承诺	201–2 302–5 305–1 305–2
推广绿色健康解决方案	416–1 417–1
践行环保守卫绿水青山	302–1 302–4 302–5 303–1 303–2 306–1 306–2
第二章 有价值的大健康共享平台	
搭建人人可为创业平台	2–8 2–27 404–2
打造员工可持续成长平台	2–7 2–25 2–26 2–27 2–30 201–3 401–2 403–1 403–2 403–3 403–4 403–5 403–6 403–7 403–8 403–10 405–1
共建合作伙伴赋能平台	203–1
第三章 更美好的全面健康社会	
提升公众健康素养	203–1
共建美好生活社群	203–1
弥合社会健康差距	203–1
第四章 稳健的公司经营根基	
持守合规前行之道	2–16 2–25 2–27 205–2 308–1 414–1
筑牢风险管理防线	205–2 416–1
守护数字时代信任基石	418–1
奖项与荣誉	/
鉴证报告	/
关键绩效表	2–7 302–1 303–3 303–4 303–5 305–1 305–2 305–3 306–3 306–4 306–5 308–1 401–1 401–3 403–9 404–1 404–3 405–1 414–1
报告索引	/
专家点评	/

审验声明

对 2023-2024 安利（中国）环境、社会及治理（ESG）报告的独立审验声明

致安利（中国）日用品有限公司的管理层及利益相关方：

北京商道融绿咨询有限公司（以下简称“商道融绿”）受安利（中国）日用品有限公司（以下简称“安利（中国）”）的委托，对其《2023-2024 安利（中国）环境、社会及治理（ESG）报告》（以下简称“《ESG 报告》”）披露的有关信息进行独立的第三方审验。商道融绿的审验情况如下。

审验范围

1. 时间范围

本次审验时间范围限于《ESG 报告》披露的 2023 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日期间的信息，报告期之外的任何相关信息均不在本次审验范围之内。

2. 信息范围

本次审验的范围限于《ESG 报告》涵盖的安利（中国）的信息，不包括安利（中国）的供应商等其他第三方的信息。对于《ESG 报告》中披露的已经通过独立第三方机构审计或审验的信息和数据，本次不再重复审验。

3. 审验范围

本次审验范围为评估《ESG 报告》是否存在不符合 AA1000AP（2018）中包容性、实质性、回应性和影响性原则的情况。

责任

安利（中国）的管理层对《ESG 报告》的编制和内容负全部责任，并保证《ESG 报告》的内容以及提供给商道融绿的资料信息的完整性和真实性，不存在重大错误陈述。

商道融绿的责任是根据安利（中国）提供的资料信息，依据 AA1000 审验标准 v3（AA1000AS v3）出具独立的审验声明。

标准

商道融绿使用 AA1000AS v3 作为审验服务参照的标准。AA1000AS v3 是指由 AccountAbility 创建的审验标准。本次审验类型和深度为“类型一、中度审验”。

商道融绿依据《商道融绿非财务报告审验方法》编制本审验声明。

商道融绿同时参考的标准、原则及倡议还包括：全球报告倡议组织（GRI）《可持续发展报告标准》/香港联交所《环境、社会及管治报告守则》/沪深北三大交易所《上市公司可持续发展报告指引》/气候相关财务信息披露工作组（TCFD）框架/国际可持续准则理事会（ISSB）《国际财务报告可持续披露准则第 1 号——可持续相关财务信息披露一般要求》《国际财务报告可持续披露准则第 2 号——气候相关披露》/欧盟《企业可持续发展报告指令》（CSRD）/温室气体核算体系（GHG Protocol）等。

审验方法

1. 制定审验计划

商道融绿在审验计划中记录关键的资源需求、需收集的证据、任务、活动、可交付成果和时间表，形成审验计划书。

2. 收集信息

商道融绿依据明确性、平衡性、完整性、时效性的原则，评估所收集信息的质量。

3. 进行审验

- 审验安利（中国）所提供的相关文件资料。
- 审验《ESG 报告》的信息是否符合 AA1000AP（2018）中包容性、实质性、回应性及影响性原则。

4. 商道融绿认为其他必要的工作

独立性和能力

1. 独立性

商道融绿声明，与安利（中国）为完全相互独立的公司，对该公司不存在偏见和利益冲突。

2. 能力

商道融绿专注于为客户提供环境、社会和公司治理（ESG）评级、绿色金融战略规划、环境和社会风险管理（ESRM）、绿色金融产品创新、绿色金融与责任投资研究、绿色债券评估认证、绿色信贷和责任投资能力建设等可持续金融方面的专业咨询、研究和培训等服务。

商道融绿已获得使用 AA1000AS v3 的许可。该许可授权商道融绿使用和遵守 AccountAbility 的 AA1000AS v3，以及使用与此类可持续性审验服务相关的 AA1000AS v3 标志。

商道融绿审验团队人员拥有 AA1000 认证可持续发展审验师（CSAP）证书、ISO14001 内审员资质、CFA-ESG 证书、EFFAS-CESGA 证书、GRI 培训证书、碳资产管理师等可持续发展领域的资质，团队由拥有丰富可持续发展领域经验的专业人士构成，其对 AA1000AS v3 标准有全面的理解。

局限性

商道融绿在本次《ESG 报告》审验中，所需的信息和数据完全依赖安利（中国）提供的相关信息和数据，未从其他外部渠道搜集信息，亦未对外部利益相关方进行访谈。

审验内容

包容性：安利（中国）识别了主要利益相关方，通过不同的方式持续与主要利益相关方沟通，并对外展示沟通情况。

实质性：安利（中国）确立了实质性议题的分析流程，收集了主要利益相关方的意见，识别出了与公司高度相关的 ESG 议题，并有明确的方法来确定实质性议题的优先度。

回应性：安利（中国）对其主要利益相关方关注的实质性议题做出了回应，制定了可持续发展战略，且在能力建设和资源投入方面有所行动。

影响性：安利（中国）建立了衡量、评估和管理公司的影响的流程，并将部分影响纳入公司的实质性议题和战略目标。

结论

商道融绿未发现《2023-2024 安利（中国）环境、社会及治理（ESG）报告》存在不符合 AA1000AP（2018）中包容性、实质性、响应性和影响性原则的情况。

审验机构：北京商道融绿咨询有限公司
审验负责人：吴艳静

2025 年 8 月 11 日 中国，北京

专家点评

“

《2023-2024 安利（中国）环境、社会及治理（ESG）报告》作为安利在华的第二份可持续发展相关主题报告，采取更为开放和透明的态度，以更为详实的数据和精准的表述，为安利（中国）及中国的可持续发展递交了一份更为优秀的答卷。报告以“美好生活之花”为战略锚点，从安利三十周年尽情绽放出发，将ESG从环境合规升维至价值共创，彰显了跨国企业在中国市场从责任践行到生态共建的范式跃迁。

本报告基于实质分析中呈现的影响重大、相关方普遍关注的议题布局披露，同时秉持了一贯真实、客观、简洁的撰写风格。报告开篇通过两篇专题故事，回顾了安利在中国30年的ESG点点滴滴，更从一个“零碳”产品的旅程着眼，带领读者一步步回顾安利绿色和可持续发展的过往，一同展望更加关注社会及环境的美好安利。

在环境层面，安利（中国）以应对气候变化的治理、战略及风险机遇管理分析入手，以碳中和路线图精准衔接国内政策导向和行业风向，不仅将“绿色”局限在“绿水青山”，更延伸至“绿色健康”，实现了环境与人的自然和谐。我们看到安利长期坚持绿色和谐的长期主义，在2023年实现蛋白粉产品全线碳中和的基础上，稳步推进2025年中国传统本草产品线实现碳中和及2030年零碳工厂的打造，最终迈向2038年企业碳中和的实现。安利从全生命周期的角度打造更为完善的环境管理框架和体系，将环境治理与中国本土绿色发展深度融合，实践更为契合中国本土市场的绿色发展路线。

在社会领域，本报告从安利（中国）视角及产业特色出发，不仅将目光局限于安利公司本身，更着眼于“搭建人人可为创业平台”，清晰阐述了安利在中国对创业者的平台支持和价值传递。我们可以看到安利在近年来开创新型社群创业模式，推动创业者更懂健康、更会生活，同时更能够带动身边的人一同实现健康、绿色、低碳、美好的生活转变。此外，报告同时展示了安利公益基金会成立至今以营养健康活动为切入，不断为中国儿童及成年人健康守护的各项公益举措，展现了安利“在中国，为中国”的社会责任和担当。

相较之前，本年度报告的亮点之一便是首度独立呈现“治理”章节，详细描述守法合规经营、风险管理、产品质量保障及隐私安全保护等相关重点内容，标志着安利在中国的可持续发展信息披露体系趋于完善，以更为透明和负责任的心态拥抱中国市场。特别是在“安利在华30年”这一里程碑时刻，以合规制度保障维护“美好生活之花”的根系，以产品质量安全滋养中国市场的沃土，安利的社会价值将在信任与责任下并重前行。

希望未来安利（中国）能够持续关注新形势下环境、社会、治理等议题的发展变化，继续通过可持续信息的高质量披露，全面、透明地展示在中国的可持续发展进程与成果，同时推动企业社会责任信息的更广泛、互动性传播，与公众保持更密切的沟通。

”

郭沛源

商道咨询首席专家、商道学堂校长、商道融绿董事长

Amway 安利
30
一起美好
安利(中国) 1995-2025