

Making People
Healthier and Happier



**Health and Happiness (H&H)
International Holdings Limited
健合(H&H)國際控股有限公司**

(Incorporated in the Cayman Islands with limited liability)
(於開曼群島註冊成立之有限公司)

(Stock Code 股份代號: 1112)

ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND
GOVERNANCE REPORT
環境、社會及管治報告

2016



關於本報告	2
報告範圍	2
序言	4
關於本集團	5
環境、社會及管治(ESG)管理策略	6
利益相關方溝通	10
環境及社會主要榮譽	11
依法合規	12
風險管理與內部監控	13
反舞弊機制	13
合法合規運營	14
嚴守勞工準則	14
消費者資訊保護	14
知識財產權保護	14
營養健康	15
多元化產品體系	16
供應鏈管理	17
100%生產過程管控	18
產品追溯體系	20
保持與市場全方位溝通	21
員工關懷	23
人才價值觀	24
員工結構	24
關注員工健康與安全	25
公平反歧視	25
保障員工福利	25
內部溝通管道	26
員工培訓及發展	27
低碳環保	28
降低排放	29
節約資源	30
綠色包裝	31
社區投入	32
公益與慈善	33
科研投入	36
展望	28
可持續發展概覽表	39
環境	39
社會	42

關於本報告

報告範圍

本報告根據聯交所主板上市規則附錄27《環境、社會及管治報告指引》(「該指引」)的彙報框架編制。為遵守該指引及企業管治守則，董事會對本集團的環境、社會及管治策略和彙報負有整體責任，並負責評估及確定與本集團環境、社會及管治相關的風險，以及確保適當和有效的環境、社會及管治的風險管理和內部控制系統到位。

本報告主要概述本集團在環境及社會方面的相關政策、舉措與績效，而其他主題包括企業管治、財務資訊及董事資料等已在本集團2016年報的相關章節內進行披露。

時間範圍

2014年1月1日至2016年12月31日，本報告資料截至2016年12月31日。

組織範圍

以「健合(H&H)國際控股有限公司」為主體，包括所屬分、子公司及直屬機構。

發佈情況

《健合(H&H)國際控股有限公司2016環境、社會及管治報告》是本集團發佈的第一份綜合性非財務報告。自2016年起，計畫每年定期發佈。

關於本報告

編制依據

香港聯合交易所《環境、社會及管治報告指引》

全球報告倡議組織《可持續發展報告指南(G4)版》

GB/T 36001-2015《社會責任報告編寫指南》

中國社會科學院《食品行業社會責任報告編寫指南》

國際標準組織《ISO 26000：社會責任指南(2010)》

稱謂說明

為便於表述和方便閱讀，「健合(H&H)國際控股有限公司」在本報告也以「本集團」和「我們」表示。

資料說明

本報告引用的全部資訊資料均來自於本集團正式檔案、統計報告與財務報告。本報告素材由本集團員工及合作夥伴提供，目的僅供本集團環境、社會及管治情況披露使用，不用於商業用途。

語言版本

本報告有英文、中文兩個版本。若內容理解不一致，請以報告英文版為準。

報告回饋建議

若您對本報告有疑問或建議，請致函健合(H&H)國際控股有限公司。

聯繫地址：廣州市天河區珠江新城珠江西路5號廣州國際金融中心29樓。

電話：+86 (20) 3818 9999

傳真：+86 (20) 3818 9888

郵箱：HH.ESG@biostime.com

網址：www.hh.global



A close-up photograph of two hands shaking in a firm grip. The hands are positioned in the center of the frame, with the fingers interlocked. The background is a soft, out-of-focus gradient of green and yellow, suggesting an outdoor setting like a field. The lighting is bright and natural, highlighting the texture of the skin and the strength of the handshake.

序 言

序言

關於本集團

健合(H&H)國際控股有限公司(原合生元國際控股有限公司¹)，註冊成立於2010年，是一家在開曼群島註冊成立的香港主板上市公司，股票代碼01112.HK。本集團堅守「讓人們更健康更快樂」的企業使命，致力於創造差異化的優質產品及令人嚮往的品牌，成為全球高端營養品及健康產業的領導者。

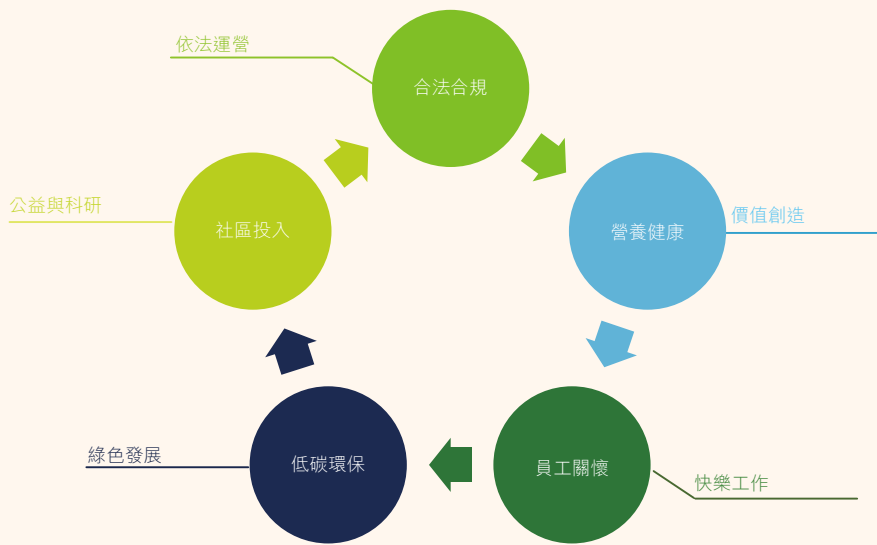
本集團主要從事於製造及銷售高端嬰幼兒營養品及護理用品和成人營養補充劑及護理產品，通過國際化的佈局，為亞太、歐洲、北美、澳洲等地的20多個國家或地區提供高端的產品和服務，在中國嬰幼兒營養市場以及澳洲維生素及草藥和礦物補充劑市場均具有領先地位。

¹ 原“合生元國際控股有限公司”於2017年5月12日註冊變更為“健合(H&H)國際控股有限公司”。

序言

環境、社會及管治(ESG)管理策略

本集團堅持「讓人們更健康更快樂」的使命，體現在我們對所在地區法律法規的嚴格遵守，體現在我們堅定卓越的產品責任，體現在我們快樂活躍的員工關懷，體現在我們簡約綠色的低碳發展，也體現在我們持續堅持的社區投入。我們牽手股東與投資者、政府與監管機構、消費者、合作夥伴、員工、以及外部社區，積極推動社會的可持續發展，共同為人們的健康和快樂而努力。



堅持依法合規地為社會提供產品和服務，嚴格遵守所在國家及地區的法律法規；

堅持保證產品的營養與健康，為消費者創造價值；

堅持給予員工關懷與幫助，讓員工快樂的工作，不斷的成長；

堅持各個環節低碳環保，增強綠色發展競爭力，實現更少的消耗；

堅持社區公益慈善投入與科研投入，給社會提供溫暖與健康，實現更多的貢獻。

序言

環境、社會及管治組織體系

本集團部署了環境、社會及管治(ESG)溝通與響應機制，促進環境、社會及管治理念與集團生產運營相融合。董事會成員負責明確集團可持續發展戰略方向、督促環境、社會及管治工作開展。

該機制將各職能部門按照管理模組分為營養健康組、員工關懷組、綠色發展組、社區投入組，將ESG各領域指標層層分解，落實到各職能部門和業務系統。

環境、社會及管治(ESG)管理體系：



序言

關鍵議題管理

根據香港聯交所ESG指引和GRI4.0(以下簡稱G4)報告指南要求，本集團首次識別利益相關方重要議題，並結合行業特點和企業實際情況，對與本集團運營活動最為相關的、對利益相關方具有重大或潛在影響的議題作為企業履責和溝通的重點。

議題識別

本集團結合實際業務特點與行業重點，對ESG指引和G4報告指南進行整合，梳理出共5大類社會責任重要議題，作為重要議題分析的基礎。

訪談調研

對利益相關方和內部管理層通過小組討論、一對一訪談等方法，瞭解利益相關方對各類議題的看法和評價，評估各類議題的重要性。

篩選評估

基於調研結果，從對內部業務影響的重要性的和對外部權益人影響的重要性兩個維度進行評估各項重要議題。

審核確認

對各利益相關方的評估結果，經本集團管理層審核，確認以下重點關注的20個關鍵議題，即我們應對這些議題進行監測、管理和資訊披露。

序言

集團ESG重要議題列表

範疇	議題		
依法合規		1	內部控制與風險管理
		2	反舞弊機制
		3	合法合規運營
		4	嚴守勞工準則
		5	消費者資訊保護
		6	知識財產權保護
社會	營養健康	7	多元化產品
		8	供應鏈管理
		9	100%生產過程管理
		10	產品追溯體系
		11	保持與市場全方位溝通
	員工關懷		12
		13	公平反歧視
		14	保障員工福利
		15	內部溝通管道
		16	員工培訓與發展
社區投入		17	公益與慈善
		18	科研投入
環境	低碳環保	19	降低排放
		20	節約資源
		21	綠色包裝

序言

利益相關方溝通

建立穩定、公開透明的利益相關方溝通機制是本集團履行社會責任、推廣社會責任的重要手段。高端營養品與健康產業涉及眾多利益相關方，在與利益相關方的溝通中，本集團不僅通過自身的責任行動惠及他方，同時希望強化社會責任的影響力，與更多的企業、個人一同把社會責任理念延伸到全球範圍。

利益相關方	共同的目標	溝通與回應管道
股東與投資者	<ul style="list-style-type: none"> 資產保值增值 投資回報穩健增長 風險防範制度 完善的資訊披露制度 	<ul style="list-style-type: none"> 定期年報和公告 股東大會、董事會 投資者關係網站
政府&監督機構	<ul style="list-style-type: none"> 合規運營 依法納稅、促進就業 貢獻地方經濟發展 	<ul style="list-style-type: none"> 接受監管 主動納稅 專項會議
消費者	<ul style="list-style-type: none"> 安全健康 優質服務 價格合理 暢通的溝通管道 	<ul style="list-style-type: none"> 消費者熱線、主動外呼 網頁、微博、企業微信 產品追溯體系
供應商	<ul style="list-style-type: none"> 公平、公開、公正採購 誠實守信 資訊保密 	<ul style="list-style-type: none"> 供應商日常溝通督導 供應商分級管理 供應商幫扶
經銷商	<ul style="list-style-type: none"> 互利共贏 共同成長 	<ul style="list-style-type: none"> 經銷商大會 銷售終端溝通活動 客戶溝通平臺 經銷商滿意度調查
環境	<ul style="list-style-type: none"> 環境保護 節能減排 	<ul style="list-style-type: none"> 排放物監測 技術改造
員工	<ul style="list-style-type: none"> 職業健康 工資與福利保障 搭建成長平臺 工作與生活平衡 	<ul style="list-style-type: none"> 管理者信箱 職工代表大會 培訓交流 員工關愛
社區	<ul style="list-style-type: none"> 促進就業 當地經濟發展 	<ul style="list-style-type: none"> 提供就業崗位 拉動地方相關產業發展 科研投入 公益慈善

環境及社會主要榮譽

亞太地區主要榮譽

- 本集團子公司2017年在第六屆中國公益節評選中，第三年蟬聯「年度公益傳播獎」；
- 本集團子公司2016年獲得中國食品安全年會組委會頒發的食品安全「百家誠信示範單位」稱號；
- 本集團子公司在2016年「第七屆中國包裝創新及可持續發展論壇」榮獲「中國可持續發展包裝大獎」；
- 本集團子公司在2016年榮獲國家質量監督檢驗檢疫總局AA信用評級；
- 本集團子公司在2016年被中國品質檢驗協會授予「誠信示範企業」；
- 本集團子公司在2016年中國公益節活動獲得「公益創新獎、公益項目獎」；

澳洲地區主要榮譽

- 本集團子公司獲得2016年澳大利亞最佳僱主；
- 本集團子公司連續獲得2015、2016年「澳大利亞最佳工作場所」；
- 本集團子公司獲得2016年人文轉型突出成就獎；
- 本集團子公司獲得2015年由澳大利亞人力資源協會頒佈的員工健康與福利獎；
- 本集團子公司獲得2016年CMA年度行業貢獻獎；
- 本集團子公司獲評為2016年維多利亞出口管理最佳電商；
- 本集團子公司入圍2016年第54屆澳大利亞出口獎；

歐洲地區主要榮譽

- 本集團CEO羅飛先生在2015年獲得法國國務秘書Matthias FEKL先生代表法國政府頒發的「法國榮譽軍團勳章」。

A close-up photograph of a person's hand gently cradling a small, transparent globe of the Earth. The globe is held in the center of the frame, with the hand's fingers visible around its base. The background is a soft-focus green, suggesting an outdoor setting with plants. The lighting is bright and natural, creating a sense of care and responsibility.

依法合規

依法合規

風險管理與內部監控

本集團董事會基於其組織架構及經驗模式，已制定並執行了內部監控系統。內部監控框架及其相關的管理系統應用於本集團及其附屬公司及業務單位所有業務及財務過程，以協助業務營運的順暢有效，確保財務報告可靠程度以及遵守相關法律及法規，識別及管理潛在風險。

本集團已成立一套完善的企業風險管理程式，定期向本集團所有業務過程進行風險評估。該程式確定、管理，並監察對本集團構成的重大風險、預測本集團因內部及外部環境轉變而造成的潛在風險，並制定風險管理策略以及風險減輕措施。

反舞弊機制

本集團為預防、及時發現舞弊，加強集團治理及內部控制，降低集團風險，確保本集團經營目標的實現和集團的持續健康發展，制訂了《反舞弊及舉報管理制度》，建立了一系列反舞弊措施，包括：宣傳培訓、舞弊風險評估、建立投訴機制等。董事會、審計委員會作為反舞弊工作的主要負責機構指導並持續監督反舞弊工作。

對本集團的反舞弊政策及相關措施進行宣傳，對員工進行法律、法規及誠信道德教育培訓，提倡忠實勤勉的公司文化，幫助員工識別及正確處理工作中出現的利益衝突、抵制不正當利益誘惑。

本集團建立了舞弊風險評估機制，定期在集團、各部門層面進行舞弊風險識別和評估，評估舞弊風險的重要性和可能性。

本集團亦設立了一套全面的投訴管道、調查機制及問責機制。我們以誠實及正直的原則定下此指引，並向本集團員工與相關供應商及零售商傳播並簽訂此指引。本集團員工與供應商及零售商可通過指引提供的投訴管道就本集團高級管理層及員工任何不當行為進行舉報。此舉有助本集團監察我們員工的道德品格。

於報告期內，我們並未發現有任何違反與反貪污有關的法律法規的情況。

依法合規

合法合規運營

本集團主要業務包括生產及銷售高端嬰幼兒配方食品、成人營養保健品、益生菌沖劑、嬰幼兒輔食及護理用品等。本集團的業務已經拓展至亞太、澳洲、北美以及歐洲地區，我們充分認識到遵守法律法規的必要性，所有業務均遵守這些司法轄區內的法律法規，並為員工制訂了遵守法律法規的指引。

於報告期內，本集團嚴格遵守經營業務轄區內的所有相關法律法規，未發現重大違法違規事件。

嚴守勞工準則

本集團擁有一套全面的人力資源政策及架構井然的人力資源配套制度，以符合亞太、澳洲、歐洲及北美等地區的相關法律及準則。我們編制了涵蓋招聘錄用、勞動關係和勞動合同、工作時間、薪酬福利、培訓與發展、績效管理以及資訊安全及保密協定等各範圍的《員工手冊》，以供員工參考並遵守。本集團建立嚴格完善的審核錄用流程，將視具體情況對擬錄用員工前公司、相關的工作證明人進行核實，或通過委託第三方機構進行核實，確保不發生錄用童工和強制勞工的相關事宜。

於報告期內，我們嚴格遵守各個地區的相關法律，對所有員工實現100%的勞動合同簽訂率，按照各地法律法規要求為全體員工購買當地社會保險及其他福利；在各個地區，我們未發現僱傭童工及強制勞工情況。

消費者資訊保護

本集團亦重視保障客戶和意見提供者的資料及其私隱，參考ISO27001國際標準、其它相關標準及最佳實踐，建立了對消費者敏感資訊進行全面保護的資訊安全管理體系並持續運營，同時密切關注產品及服務所在地區法律法規和相關政策要求，不斷完善資訊安全保護能力，並按照相關法律及內部指引對消費者資訊進行保密。

知識財產權保護

本集團十分重視維護及保障知識產權。集團依據國家和行業有關知識產權的法律法規，制定了《商標管理制度》、《域名管理制度》及《職務發明人獎勵辦法》等制度，對集團知識產權的維護與保障進行了細化。此外，我們還在研發、生產及銷售環節制定了詳細的知識產權管理控制流程，將公司的知識產權管理制度落實到生產運營的各個環節中。上述知識產權制度，不僅有效保護集團知識產權，還激勵員工發明創造和智力創作的積極性，加強技術研發成果管理。

A pair of hands, one larger and one smaller, are gently cupping a small green seedling with two leaves. The background is a bright, sunlit outdoor setting with green foliage and a strong lens flare effect from the sun. The overall mood is positive and hopeful, symbolizing growth and care.

營養健康

營養健康

多元化產品體系

本集團致力於創造差異化的優質產品及令人嚮往的品牌，成為全球高端營養及健康產業的領導者。我們通過國際化佈局，創造了差異化和多元化的產品體系，滿足不同層次的營養和健康需求，為消費者提供高端營養品和健康的綜合解決方案。

合生元奶粉

合生元奶粉，100%歐洲原罐進口，創新SN - 2 PLUS親和均衡配方，營養好吸收，甄選法國諾曼第純淨奶源，採用WFS均勻溶解科技，粉體細膩易溶解。旗下奶粉主要包括超級呵護、超級金裝、金裝、呵護、國際版鉑金優選、優選系列嬰兒配方奶粉以及金裝媽媽配方奶粉。



合生元益生菌

合生元益生菌，保護腸道，提高抵抗力。它能夠調節腸道菌群平衡，增強寶寶抵抗力，幫助促進營養物質的吸收。合生元益生菌採用法國進口菌粉，每袋添加不少於98.85億的有效活性菌，使用Bio - support™保護技術，持久保護益生菌活性。

合生元米粉

合生元米粉系列，美國原罐進口，保留穀物營養。採用原谷粒米製成，更好地保留穀物結構和8種穀物營養，包含鈣鐵鋅及多種維生素，營養均衡全面。採用澱粉水解科技，呵護寶寶嬌嫩腸胃，且由於使用了瞬時成片乾燥技術，粉體薄透好溶解，沖調出來的米糊口感更佳順滑細膩。



Swisse高端營養品

過去40餘年，Swisse基於傳統經驗和科學研究，不遺餘力地投入在優質選材和產品配方的研發上。如今，Swisse產品類別已經從暢銷的男士和女士複合維生素及膳食補充品延伸到運動營養品、護膚品和功能食品領域。Swisse產品目前已經成功地進入澳大利亞、紐西蘭、中國、新加坡、英國、義大利和荷蘭市場。



營養健康

Dodie母嬰護理用品

Dodie，一個始於1958年的法國母嬰護理用品品牌。專注為寶寶和媽媽提供日常護理解決方案，產品涵蓋嬰兒奶瓶、安撫奶嘴、母乳餵養、護理用品。

Healthy Times嬰幼兒食品及嬰幼兒護理品

Healthy Times作為優質嬰兒食品的標杆，一直關注兒童營養問題，致力於創造天然的有機嬰幼兒食品，注重工藝，不添加防腐劑、人工香精、色素或白砂糖，保留天然食材的原汁原味，主要產品包括：優質有機嬰幼兒奶粉、罐裝有機嬰幼兒食品、有機磨牙餅乾、有機米糊、有機小食、有機餅乾和嬰幼兒護理產品。

父母能量

父母能量親子課程由本集團與一家總部位於美國的國際知名組織ZERO TO THREE合作開發，旨在為寶提供專業、權威、個性化、安全的兒童早期發展教育。



「媽媽100」是本集團會員服務平臺，為會員提供積分兌換、購物、育兒顧問諮詢等會員服務，彙集孕產、育兒、早教等育兒知識與工具服務，擁有媽媽知道、專家在線、育兒課堂、積分商城、跨境購、育兒工具等功能模組。

供應鏈管理

為滿足對原料及最終產品品質管控的要求，我們嚴格甄選優秀供應商，建立嚴格的供應商選擇與准入機制，要求對供應鏈的全過程進行控制與評估，與上下游供應商保持良好的合作與溝通，與其共同聯合研發、生產可靠的高端營養品與健康產品，以滿足消費者的期望。

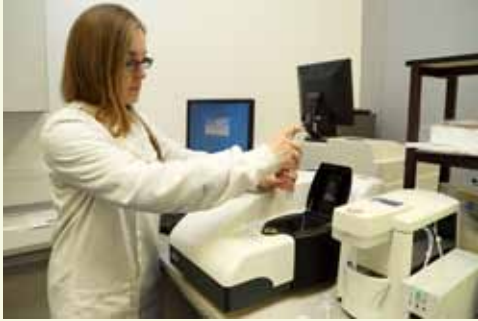
供應商選擇與准入

我們聘用的每一家供應商，都需遞交品質文件和相關資質證明，通過專業人員進行檔案和現場審核後，才能與我們建立合作關係。聘用任何一間供應商前，我們會先收集其品質檔案和相關資質證明，通過檔案審核後，安排專業人員至供應商工廠現場審核，收集、評估這些信息，將現場審核結果知會研發、供應鏈等相關部門。

本集團成立專門的採購團隊負責查找、獲取和購買產品服務，並制定標準的採購流程確保以最好的價格和品質，及最準確的數量和時間獲得產品和服務。與我們建立合作關係的供應商需經過嚴格的審查程式，包括資質審查和現場考察，並要求供應商建立品質管理體系。對於配料和原材料的選取，我們建立的標準均高於所在司法管轄區的監管要求，進行嚴格的品質把關，包括對重金屬、農藥殘留、雜質等多項指標檢測，以確保所生產的產品均符合GMP規範及相關法律法規的要求。



營養健康



日常控制與評估

對供應鏈的日常控制過程中，我們會要求供應商規範品質管理體系，確保從源頭到產品全過程對原料、輔料、半成品、成品和其它可能影響產品品質的投入品(如：水質、添加物質、包裝物料等)、加工過程中品質控制等方面進行的微生物、農獸藥殘留及其他污染物等項目的100%過程監控檢測，保障產品的品質與安全。

日常管理中，我們也會依照《供應商管理制度》，對供應商品質管理體系、產品品質、服務和供應能力等進行定期評估。

溝通與合作

本集團致力於與關鍵原材料供應商建立長期合作關係，包括直接投資供應商生產線；與供應商簽訂長期穩定的合作協議；外派董事進行日常監督和管理；定期外派負責人參觀瞭解供應商內部生產情況等。

為了加強與供應商之間的溝通，促進供應商持續改進表現，我們建立了供應商評級管理體系，並通過供應商績效評估報告的形式向供應商進行回饋。供應商評級重點關注體系審核、產品品質、價格競爭力、服務和供應能力等，每年評估一次。

在報告年度內，我們關鍵原材料供應商數量為11家，關鍵原材料供應商均為國外供應商。

100%生產過程管控²

我們對環境、物料、人員、生產過程、產品檢驗、儲存及運輸的生產相關全過程實行嚴格的監控，確保產品品質：

環境

- 每年度對空氣淨化系統，壓縮空氣的潔淨度進行驗證，確認空氣淨化系統運行正常，符合要求；
- 每年對環境、設備等清潔消毒措施進行確認，確保消毒效果有效，保證產品生產環境；
- 定期對淨化生產車間的環境進行監督檢測，確保生產環境安全，符合標準要求。



² 本報告有關生產相關的描述及資料披露，除特別說明，一般只涵蓋中國境內工廠，原因是本報告採用控制權法進行披露，只披露控股公司，除中國境內工廠外，在境外生產的產品均採用委託生產(OEM)形式。

營養健康

物料

- 對供應商進行定期審核，選擇合格供應商，每次進貨時對供應商提供的品質證明報告進行審核；
- 每一批原料入廠時按照物料內控品質標準進行檢測，檢測合格方可投入使用，嚴禁使用不合格物料進行生產；
- 主要原輔料供應商每年提供至少一次物料全檢報告，以確認物料品質符合國家標準、法律法規及雙方確認的標準要求；
- 本集團至少每年一次委託第三方檢測機構對原輔料的污染物限量等風險項進行檢測，確保相關風險項符合法規要求。



人員要求

- 生產操作人員每年定期進行健康證明體檢，確保操作人員健康狀態；
- 定期對生產操作人員進行崗位、設備及品質要求的培訓，培訓合格人員方可上崗操作，確保操作人員清楚瞭解產品生產要求。



生產過程

- 生產過程嚴格按照產品工藝規程要求進行操作，必須按照工藝規程要求、生產指令單規定的配方比例進行生產投料，任何人不得隨意對其更改；
- 生產過程按照要求就各品質監控點進行抽樣檢測及監督抽查，確保產品在有效的監控下安全生產。

營養健康

產品檢驗

- 生產過程中的中間產品按照生產工藝流程進行中間產品的品質監控檢測和中間產品檢測，確保過程產品品質符合標準要求；
- 產成品100%經檢驗合格後方可入庫、發貨銷售。

儲存、運輸

- 對倉儲環境即時監測，確保原輔料、包裝材料、產成品的倉儲環境，確保產品在標準要求條件下儲存；
- 對運輸車輛進行檢查，確保運輸車輛清潔，安全；
- 定期對長沙及廣州工廠廠區和倉庫進行除四害處理，確保產品品質和食品安全。

於報告期內，產品出廠檢驗檢疫總批次3,132批，產品檢驗合格率100%。



產品追溯體系

在亞太地區，我們推動了奶粉及營養品的產品可追溯體系的升級，實現流通過程的「全程可追溯系統」，打造從生產到流通的品質互信體系，為產品設置唯一的身份編號。消費者可以追蹤到生產線及生產時間等產品生產資訊，消費者可通過電腦，手機對旗下各系列奶粉及營養品進行追溯。合生元品牌的每個產品及在中國通過一般貿易銷售的營養品都擁有獨一無二的12或14位元的產品序號和二維碼，消費者通過掃碼或輸入，原產地、生產國、質檢等關鍵環節的資訊將一一呈現，讓消費者更加安心、放心。

營養健康



保持與市場全方位溝通

電話溝通服務

在亞太地區，我們對主要產品均建立了有效的消費者直接溝通管道。通過電話業務提供良好的諮詢和產品回饋服務；主動進行客戶回訪和外呼服務；線上客服；所有的服務管道都保持質檢的全程監控，從而保證為客戶提供更優質的服務。



營養健康

2016年，亞太地區電話業務產生的諮詢、外呼、投訴數量總計如下：

年度	2016年(次)	佔比
諮詢	1,204,102	69.3%
外呼	456,884	26.3%
投訴	77,611	4.4%
其中：有效投訴	52,776	3.0%
總計	1,738,597	100.0%

對於收到的投訴，我們制定了專門的客訴處理流程，層層跟進落實客戶投訴，並把問題或意見分別回饋至各個有關部門負責人。而投訴處理完成後，亦會進行滿意度調查及消費者關懷回訪，保證為客戶提供優質的售後服務。

在澳洲地區，我們在主要產品銷售和服務的地區同樣設置了電話業務，解答客戶對產品和服務的疑問，也會回復來自全球消費者對Swisse產品的各類問題，保持與市場的溝通服務。

保持與經銷商的溝通

在亞太、澳洲、歐洲、北美地區，我們與各級經銷商建立了有效的溝通管道。通過定期的經銷商溝通會議，瞭解市場與消費者對各類產品與服務的問題與投訴，指導經銷商即時地對市場和消費者的問題與投訴進行回饋，並對各級經銷商開展督導和評價，保證與市場和消費者及時有效的溝通。



專業顧問團隊

在亞太地區，我們形成了專業的營養與健康顧問團隊，給消費者提供優秀的諮詢顧問服務。一線專業顧問60%以上具有公共營養師、育嬰師或者執行藥師等資格證；諮詢服務的醫生100%具有醫師資格證。

客戶關係系統

本集團建設了專業的CRM客戶關係管理體系。全面瞭解消費者資訊，有針對性地對消費者提供服務和關懷，我們會將跟會員溝通的情況記錄下來，包括普通的溝通，投訴的處理，以及顧問與會員溝通的過程與結果；我們同樣會詳細記錄會員的購買情況，根據這些情況可以為會員提供針對性的服務，另外還可以提取相應的資料進行回訪。



員工關懷

員工關懷

人才價值觀

本集團以人才為企業發展的基石，把每位員工視為企業獲得競爭優勢的重要資源。本集團堅持簡單文化、快速決策、高效執行，百分百信任每位員工，並提供給員工發展的平臺和成長空間，與員工一起和客戶、供應商堅持「次優化共贏」的商業模式，為客戶和供應商實現價值共創。



員工結構

截至2016年12月31日止，本集團有2484名全職員工，按照地區分佈列示如下：

地區	2016年	%
亞太地區	2,167	87.24%
澳洲地區	306	12.32%
北美地區	5	0.20%
歐洲地區	6	0.24%
合計	2,484	100.00%

本集團員工性別分佈情況如下：

性別	2016年	%
男性	923	37%
女性	1,561	63%
合計	2,484	100%

員工關懷

關注員工健康與安全

員工安全與健康是我們的首要目標，我們謹遵相關法律法規，致力提供一個安全及健康的工作環境。

在亞太地區，我們為不同業務部門的員工購買了法定社會保險，同時也為員工購買了商業保險及第三方責任保險保單，並提供有關職業安全培訓。員工通過培訓掌握工作所需的安全生產知識，提高安全生產技能，增強事故預防和應急處理能力，對安全生產的工作提出合理化建議。每年，我們組織員工參與消防預演工作，提高員工消防安全意識和基本技能。

在澳洲地區，我們同樣持續推動員工安全與健康的保障工作，建立了包括《安全與健康政策》、《應急處理政策》、《員工旅行和娛樂人身安全政策》等相關政策，由辦公室環境經理和設備經理負責維護安全的工作環境，包括維護資產和設備的安全。同時，設置了健康與安全委員會，每月開會討論健康與安全問題，並對報告事件進行持續的改善和追蹤。

於報告期內，本集團未發生工傷死亡個案，亦無發現有任何違反與職業健康與安全有關的法律法規的情況。

公平反歧視

本集團不允許歧視任何一位員工或求職者，員工不因民族、種族、性別、宗教信仰、婚姻、健康或其它受法律保護的特徵不同而受歧視；在錄用、培訓、薪酬福利、晉升和調動方面保持平等，並在符合相關法律法規及勞動合同要求的情況下，採取積極措施保障此目標。



保障員工福利

本集團高度重視員工幸福感的提升，依法合規的為員工提供相關法定假期、薪酬福利和補充福利，同時保證每一位員工對本集團的認可程度，讓員工成為集團的重要資源。

法定假期

我們重視員工的法定假期權益，規定各地區員工根據所在地區法律規定的法定休息日、公眾假期規定安排休假，嚴格保證員工法定權益，提倡「工作與生活相平衡」的企業文化。

員工關懷

薪酬福利

我們重視員工的身體健康與生活保障，我們向各地區員工提供具有競爭力的薪酬福利待遇，定期進行薪酬的市場對標；員工薪資基於個人的績效表現確定，並定期評估。我們根據經營情況給予員工基於績效的獎金和長期激勵計畫，以吸引、留住並激勵他們。

我們的薪酬設計原則包括：

合法性原則：符合國家及地方的法律法規的相關要求，並嚴格遵守薪酬管理和支付的操作規程；

公平性原則：通過科學的薪酬設計和有效的薪酬溝通，提升員工的感知價值。根據其崗位類型、崗位職級、崗位價值、個人能力、績效考核結果等因素確定相應的工資水準和結構。

補充福利

此外，我們為員工提供多樣的補充福利：

在亞太地區，員工能享有包括：員工價優惠購買本集團產品、員工免費奶粉福利、團隊基金、員工俱樂部、親子活動、單身聯誼活動等；

在澳洲、歐洲及北美地區，員工能享有包括：表現優異員工額外帶薪假期和獎勵、社區志願活動、積極的辦公文化、年中拓展活動、產品購買津貼、免費健身房等。



內部溝通管道

我們相信不同工作地點的跨部門及跨語言與文化的開放溝通，都能使員工的工作更見成效，並能為我們培育一個和諧的工作環境。我們提倡簡單文化，鼓勵員工能將工作中遇到的問題、意見或建議及時向上級回饋並尋求解決方法，並分享不同的資訊和想法。我們在集團內部宣導無總化、各級平等稱呼，努力在員工和領導者之間建立了一個良好的溝通管道。我們相信簡單文化與契約精神可以增加效率、淨化人事關係、降低內部交易成本，簡單文化的工作氛圍使我們可以專注地投入工作。我們要求部門管理人員亦需要在部門內建立良好的溝通回饋途徑，員工可以使用公共郵箱向本部門負責人或更高級別負責人表達自己的觀點、反映情況，保持正常持續的溝通。



員工關懷

員工培訓及發展

員工作為本集團獲得競爭優勢的最重要來源，也是本集團可持續發展的最重要保障之一。本集團通過建立一個開放的學習平臺，促進知識沉澱和共用；通過建立有效的、持續組織學習體系，宣導戰鬥中成長的在崗訓練方式和績效輔導，幫助員工提升知識、技能和組織及文化適應性，從而提升員工的績效，提升職業發展空間。本集團堅持，培訓應以是否有助於提升業務效率為導向；以內部培訓、團體學習為主，外部培訓為輔，並注重培訓的及時共用和有效應用。本集團每年設定專項培訓預算，用於員工知識、技能、組織及文化適應性的提升，並逐步提升組織領導力。



亞太地區

採用集團和區域(部門)兩級培訓體系運營，集團一級培訓體系包括新員工入職培訓、新任管理人員培訓班、管理人員管理技能進階培訓班、領導力培養；區域(部門)二級培訓體系包括核心培訓課程、行銷團隊核心培訓課程、管道核心培訓課程、區域特色培訓課程和總部部門專業技能培訓課程。



澳洲地區

我們為所有新成員提供一個全面的入職培訓課程，定制了個性化培訓時間表和培訓內容，貼合其工作角色。每個新員工都至少參加34個小時的入職培訓課程，培訓內容包括：行銷策略、商業金融、價值觀、法律(包括證券交易和反賄賂與腐敗)、產品和運營等。



每年，我們為員工提供「精悟課程」的內部培訓課程，培訓內容多樣，包括：技術技能、領導力和發展技能等。培訓課程講師由各個領域的內部專家和外部合作夥伴擔任。



於報告期內，本集團推動員工培訓和發展活動，包括董事、高級管理人員、大區總監、辦事處經理和推廣員，涉及總人數達3,725人，時長總計34,622小時，受訓員工百分比：100%。

低碳環保



低碳環保

降低排放

本集團持續通過技術創新和制定內部政策，努力減少日常營運中產生的溫室氣體和廢物，盡力減少產業對環境造成的影響。

在生產廠³，我們建立了污水處理系統，生活污水必須經過污水處理系統處理之後排放污水，排放水質必須符合國家相關標準；實驗室排放廢水經過單獨的實驗室污水處理系統處理達到國家標準後，也將通過生活污水處理系統處理之後排放。廢氣：各類發電機產生的廢氣排放必須低於國家標準；廠界噪音排放符合《工業企業廠界環境雜訊排放標準》；以上均有協力廠商機構出具的檢測報告；

我們亦實行以下措施盡力減低二氧化碳、有害及無害廢棄物之產生：

減低二氧化碳排放：

我們積極從電力、燃料、包裝、垃圾回收、差旅、住宿等方面減少碳排放：

- 亞太地區：本集團辦公場所全面使用LED燈；車間增加工業風扇，減少開冷水機組的時間；採用可再生生物質成型燃料，代替化石能源，為企業生產提供蒸汽；
- 澳洲地區：使用可持續性的燈具；推進無紙化辦公；加入「碳中和」組織的行列，參與「碳中和」項目；簽署《澳大利亞包裝協定》，減少包裝材料對環境的影響。

減少產生有害及無害廢棄物：

- 營運中間接產生之有害廢棄物均單獨收集和存放，並交由擁有處理有害廢棄物資格的公司進行處置。而對於無害廢棄物，會在可行情況下進行回收利用，不能回收利用的亦會交由專業公司處理。

Swisse加入了「碳中和」組織行列，遵守澳大利亞政府國家碳抵消標準。通過參與各種「碳中和」項目，2016年Swisse碳排放為0。具體的「碳中和」細節，已通過澳大利亞環境與能源部網站進行披露。

於報告期內，本集團2016年溫室氣體總排放量為6,607.17噸二氧化碳當量，並未發現有任何違反與環境有關的法律法規的情況。

³ 本報告有關環境類相關的描述及資料披露，除特別說明，一般只涵蓋中國境內工廠，原因是本報告採用控制權法進行披露，只披露控股公司，除中國境內工廠外，在境外生產的產品均採用委託生產(OEM)形式。

低碳環保

節約資源

我們一直珍惜天然資源，希望在擴充業務之餘，儘量減少消耗天然資源。以下是我們積極推行之能源使用效益計畫。

節約能源

- 採用新型節能LED燈代替傳統日光燈管，因LED燈平均比傳統日光燈節約電能60%以上；
- 建立節能區域負責機制，在中國廣州工廠及長沙工廠各辦公區域用餐休息時間關空調與照明，下班前半小時關空調，下班後只保留必要的照明燈。

本集團2016年全年用電總量達694萬千瓦時，折合標煤852.93噸。

節約用水

- 定期檢查生產設備，嚴控水資源跑冒滴漏；
- 提高冷卻塔效率，減少水的蒸發量；
- 節約設備清洗用水；
- 節約綠化和地面清洗水；
- 對高耗能水產品進行梳理；

循環使用

- 回收設備冷卻水進行再利用；
- 回收蒸汽冷凝水，中水進行再利用。

本集團2016年全年用水總量達42,264噸。

低碳環保

綠色包裝

本集團的合生元嬰幼兒奶粉系列折疊彩盒，採用輕量化高強度優化的鋁紙複合材料，實現了綠色環保UV油墨印刷工藝，通過印刷製版的拼版優化並減少非核心部件尺寸等方式優化了紙盒結構，具有鮮明的可持續發展包裝理念。

採用這種紙盒使得紙板使用的成本減少了8.2%，綜合成本減少了5.4%。這一設計的優化使得本集團榮獲了「2016年中國可持續包裝大獎」。

在澳洲地區，我們的所有耗材均由可回收材料製成，並被回收利用。





社區投入

社區投入



本集團「讓人們更健康更快樂」的使命，不僅體現在產品上，還體現在持續性的公益活動上。我們牽手投資人、合作夥伴、政府及媒體、員工、消費者，積極推動社會的可持續發展，共同為人們的健康和快樂而努力。我們一直把資源回饋社會以支援有需要人士及積極參與不同的企業社會責任活動以加強可持續發展意識，履行社會責任。多年來，我們積極參與母嬰救助基金、愛心醫院、育兒講座、學術研究等公益事務，從多個範疇回饋社會。

公益與慈善

亞太地區

合生元母嬰救助基金

中國紅十字基金會合生元母嬰救助基金是由本集團捐款發起，聯合中國紅十字基金會共同設立，旨在救助貧困家庭的重症母嬰(母親和孩子)而設立的專項公益基金，是中國紅十字基金會宣導實施的「紅十字天使計畫」的重要組成部分。

基金用途包括：

- 為家庭貧困身患重症的母親(孕期及育兒期—孩子3歲以下)與兒童(0歲至14歲)提供醫療救助；
- 開展專項宣傳和籌資活動；
- 資助母嬰疾病及健康方面的學術交流和研究；
- 資助編輯出版創建相關母嬰類健康教育讀本／網站；
- 與救助重症母嬰相關、符合中國紅十字基金會宗旨的其他公益專案。



社區投入

合生元母嬰救助基金年度救助資料：

年度	單位	2014年	2015年	2016年
救助人數	人數	118	235	280
救助金額	人民幣／元	1,413,500.00	1,773,260.00	1,883,682.00
人均金額	人民幣／元	11,978.81	7,545.79	6,727.44

「媽媽100」愛心活動

我們在各地舉辦育兒活動的同時組織愛心捐贈，通過「媽媽感謝卡」告知家長活動資訊，動員家長把家裡不用的玩具、圖書捐贈出來，在終端或活動現場設置捐贈物品回收點，收到捐贈物品後，聯繫醫院或衛生站做消毒，並貼上「已消毒」紙條，再與附近的孤兒院或福利院聯繫，並自駕車隊將捐贈物品送到孤兒院或福利院。

愛心醫院

合生元母嬰救助基金與全國符合資格的婦幼保健院、綜合醫院攜手開展「愛心醫院」項目，計畫成立30家「愛心醫院」，預計將投入善款1,500萬元，目前已攜手23家愛心醫院，為貧困重症母嬰提供醫療服務，現救助421名婦嬰。

「愛心醫院」專案救助資料：

年度	單位	2015年	2016年
救助人數	人數	154	267
救助金額	人民幣／元	1,084,260.00	1,802,682.00
人均金額	人民幣／元	7,040.65	6,751.62

社區投入

育兒講座

我們與各地計生局、社區、幼稚園、醫院合作，邀請相關專家，舉行「兒童營養與護理、兒童常見病防治、兒童生長發育與早期教育」等知識講座，從營養、護理、早教三方面普及兒童養育相關的知識。在全國各地已成功舉辦約10,000場的講座，約100萬個家庭受益。

天使之旅

合生元母嬰救助基金聯合中國紅十字會總會、中國紅十字基金會及醫院先後到達西藏、內蒙古、雲南及黑龍江漠河，30,000多名兒童篩查及救助151位確診兒童免費到北京等地治療，資助善款300多萬。

其他公益行動

- 免費專車出行，合生元&UBER愛心專車；
- 2013年四川雅安地震，撥出100萬用於人員救助和災後重建；
- 2014年雲南昭通魯甸地震，撥出60萬購買家庭賑濟箱，捐贈60萬元的嬰幼兒配方奶粉，維持災區兒童營養補給；
- 2015年尼泊爾地震，撥款20萬現金及捐贈30萬營養物資支持；
- 2016年特大洪澇災害，向安徽、湖北撥出20萬元購買家庭賑濟箱。

澳洲地區

Swisse公益與慈善

2016年，Swisse總共投入37萬美元回饋社區，等同於每個員工投入超過1,600美元，我們的社區服務範圍主要包括：科研資助、志願者活動、員工激勵計畫、物資眾籌、「營養支持專案」等。

「零暴力」宣傳活動

報名參加活動志願者人數超過50人，團隊通過眾籌為活動籌得款項超過34萬美元，協助70家學校開展「防止暴力」宣傳活動。

社區投入

協助「Second Bite」

「Second Bite」是一家通過回收和重新分配盈餘新鮮食品，並將其提供給有需要的人的非盈利性組織。超過25名公司員工自願協助「Second Bite」將水果和蔬菜進行分類和重新分配，協助他們為有需要的人提供超過2,000萬份膳食。

「BluEarth」行動

「BluEarth」是澳大利亞一個旨在提高人們健康水準的公益組織。我們與「BluEarth」組織一同到社區內的小學參加志願活動，鼓勵員工和孩子更多的參加運動。

科研投入

亞太地區

本集團成立合生元營養與護理研究院(BINC)，致力於為母嬰健康提供全方位的解決方案。研究院攜手權威專家團隊，開展科學研究，打造專業交流平臺，促進營養、護理、心理領域的學術研究與交流。同時，設立「母嬰營養與護理研究基金專案(BINC基金)」和「合生元母嬰營養與健康研究基金」(CDC基金)，在全國範圍內徵集專注於母嬰營養、護理保健以及心理的應用型研究項目。



社區投入

目前已資助遍佈中國各地的婦幼保健研究專案117項並已經產生顯著的科研成果，發表相關研究論著超過100篇。2015年，合生元營養與護理研究院與國家疾控婦幼中心成功續約至2019年，CDC基金將繼續有序運作，並在未來三年內投入合計300萬經費，專注於打造良好的行業科研環境，推動全國婦幼營養與健康的研究，宣傳普及婦幼健康營養知識，提高婦幼保健機構醫護工作者的醫療水準。



澳洲地區

本集團在澳洲地區注重與高校和科研組織的合作，通過獎學金、專案資助、慈善捐款等形式支持有關嬰幼兒、孕婦和成人營養與健康方面的研究，合作的大學和機構包括：昆士蘭大學、拉籌伯大學、皇家墨爾本理工大學、斯威本科技大學以及聯邦科學與工業研究組織等。



展望

展望未來，我們將持續秉持著「讓人們更健康更快樂」的理念，採取更多、更富成效、更為創新的舉措，創造差異化的優質產品及令人嚮往的品牌，成為全球高端營養及健康產業的領導者，並將積極承擔企業社會責任，繼續致力在可持續發展領域爭取更大的進步。

可持續發展概覽表

A. 環境

我們嚴格遵從《中華人民共和國環境保護法》，致力保護和改善環境，防治污染和其他公害，以達到保障公眾健康，同時推進生態文明建設，促進經濟社會可持續發展。為了確保本集團所有的部門及生產線均落實執行相關法例，我們會透過內控部門進行審查，如發現有違規情況出現，將會盡快改正相關操作。

		關鍵績效指標
層面A1排放物		
排放物種類及相關排放數據	於報告期內，本集團2016年溫室氣體總排放量為6,607.17噸二氧化碳當量。	A1.1
溫室氣體總排放量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。		A1.2
所產生有害廢棄物總量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	集團的主要生產物很少涉及有害廢棄物，不對集團構成重要影響，故不予以披露。	A1.3
所產生無害廢棄物總量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	無害廢棄物主要包括產品包材、辦公用紙等，2016年的數據無法完全統計，計劃在2017年納入披露範圍。	A1.4

可持續發展概覽表

<p>描述減低排放量的措施及所得成果。</p>	<p>我們積極從電力、燃料、包裝、垃圾回收、差旅、住宿等方面減少碳排放：</p> <ul style="list-style-type: none"> • 亞太地區： <p>本集團辦公場所全面使用LED燈；車間增加工業風扇，減少開冷水機組的時間；採用可再生生物質成型燃料，代替化石能源，為企業生產提供蒸汽；</p> <ul style="list-style-type: none"> • 澳洲地區： <p>使用可持續性的燈具；推進無紙化辦公；加入「碳中和」組織的行列，參與「碳中和」項目；簽署《澳大利亞包裝協定》，減少包裝材料對環境的影響。</p>	<p>A1.5</p>
<p>描述處理有害及無害廢棄物的方法、減低產生量的措施及所得成果。</p>	<p>營運中間接產生之有害廢棄物均單獨收集和存放，並交由擁有處理有害廢棄物資格的公司進行處置。而對於無害廢棄物，會在可行情況下進行回收利用，不能回收利用的亦會交由專業公司處理。</p>	<p>A1.6</p>
<p>層面A2資源使用</p>		
<p>按類型劃分的直接及／或間接能源（如電、氣或油）總耗量（以千個千瓦時計算）及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。</p>	<p>本集團2016年全年用電總量達694萬千瓦時，折合標煤852.93噸。</p>	<p>A2.1</p>
<p>總耗水量及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。</p>	<p>本集團2016年全年用水總量達42,264噸。</p>	<p>A2.2</p>

可持續發展概覽表

<p>描述能源使用效益計劃及所得成果。</p>	<p>採用新型節能LED燈代替傳統日光燈管，因LED燈平均比傳統日光燈節約電能60%以上；</p> <p>建立節能區域負責機制，在中國廣州工廠及長沙工廠各辦公區域用餐休息時間關空調與照明，下班前半小時關空調，下班後只保留必要的照明燈。</p>	<p>A2.3</p>
<p>描述求取適用水源上可有任何問題，以及提升用水效益計劃及所得成果。</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 定期檢查生產設備，嚴控水資源跑冒滴漏； • 提高冷卻塔效率，減少水的蒸發量； • 節約設備清洗用水； • 節約綠化和地面清洗水； • 對高耗能水產品進行梳理； • 回收設備冷卻水進行再利用； • 回收蒸汽冷凝水，中水進行再利用。 	<p>A2.4</p>
<p>製成品所用包裝材料的總量（以噸計算）及（如適用）每生產單位估量。</p>	<p>2016年的數據無法完全統計，計劃在2017年納入披露範圍。</p>	<p>A2.5</p>
<p>層面A3環境及天然資源</p>		
<p>描述業務活動對環境及天然資源的重大影響及已採取管理有關影響的行動。</p>	<p>本集團的合生元嬰幼兒奶粉系列折疊彩盒，採用優化的紙盒結構，具有鮮明的可持續發展包裝理念。</p> <p>採用這種紙盒使得紙板使用的成本減少了8.2%，綜合成本減少了5.4%。這一設計的優化使得本集團榮獲了「2016年中國可持續包裝大獎」。</p> <p>在澳洲地區，我們的所有耗材均由可回收材料製成，並被回收利用。</p>	<p>A3.1</p>

可持續發展概覽表

可持續發展概覽表

B. 社會

僱傭及勞工準則

		關鍵績效指標																														
層面B1僱傭																																
按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	截至2016年12月31日止，本集團有2,484名全職員工，按照地區分佈列示如下：	B1.1																														
按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	<table border="1"> <thead> <tr> <th>地區</th> <th>2016年</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>亞太地區</td> <td>2,167</td> <td>87.24%</td> </tr> <tr> <td>澳洲地區</td> <td>306</td> <td>12.32%</td> </tr> <tr> <td>北美地區</td> <td>5</td> <td>0.20%</td> </tr> <tr> <td>歐洲地區</td> <td>6</td> <td>0.24%</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td>2,484</td> <td>100.00%</td> </tr> </tbody> </table> <p>本集團員工性別分佈情況如下：</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>性別</th> <th>2016年</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>男性</td> <td>923</td> <td>37%</td> </tr> <tr> <td>女性</td> <td>1,561</td> <td>63%</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td>2,484</td> <td>100%</td> </tr> </tbody> </table>	地區	2016年	%	亞太地區	2,167	87.24%	澳洲地區	306	12.32%	北美地區	5	0.20%	歐洲地區	6	0.24%	合計	2,484	100.00%	性別	2016年	%	男性	923	37%	女性	1,561	63%	合計	2,484	100%	B1.2
地區	2016年	%																														
亞太地區	2,167	87.24%																														
澳洲地區	306	12.32%																														
北美地區	5	0.20%																														
歐洲地區	6	0.24%																														
合計	2,484	100.00%																														
性別	2016年	%																														
男性	923	37%																														
女性	1,561	63%																														
合計	2,484	100%																														
層面B2健康與安全																																
因工作關係而死亡的人數及比率。	於報告期內，本集團未發生工傷死亡個案，亦無發現有任何違反與職業健康與安全有關的法律法規的情況。	B2.1																														
因工傷損失工作日數。		B2.2																														
描述所採納的職業健康及安全措施，以及相關執行及監察方法。	<p>在亞太地區，我們為不同業務部門的員工購買了法定社會保險，同時也為他們購買了商業保險及第三方責任保險保單，並提供有關職業安全培訓。每年，我們組織員工參與消防預演工作，提高員工消防安全意識和基本技能。</p> <p>在澳洲地區，我們同樣建立了相關政策。同時，設置了健康與安全委員會。</p>	B2.3																														

可持續發展概覽表

層面B3發展及培訓		
按性別及僱員類型(如高級管理層、中級管理層)劃分的受訓僱員百分比。	於報告期內，本集團推動員工培訓和發展活動，包括董事、高級管理人員、大區總監、辦事處經理和推廣員，涉及總人數達3,725人，時長總計34,622小時，受訓員工百分比：100%。	B3.1
按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數。		B3.2
層面B4勞工準則		
描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	我們編制了《員工手冊》，以供員工參考並遵守。本集團建立嚴格完善的審核錄用流程，將視具體情況對錄用員工前公司、相關的工作證明人進行核實，或通過委託協力廠商進行核實，確保不發生錄用童工和強制勞工的相關事宜。 於報告期內，在各個地區，我們未發現僱傭童工及強制勞工情況。	B4.1
描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。		B4.2
層面B5供應鏈管理		
按地區劃分的供應商數量。	在報告年度內，我們關鍵原材料供應商數量為11家，關鍵原材料供應商均為國外供應商。	B5.1
描述有關聘用供應商的慣例，向其執行有關慣例的供應商數目、以及有關慣例的執行及監察方法。	為滿足對原料及最終產品品質管控的要求，我們嚴格甄選優秀供應商，建立嚴格的供應商選擇與准入機制，要求對供應鏈的全過程進行控制與評估，與上下游供應商保持良好的合作與溝通，與其共同聯合研發、生產可靠的高端營養品與健康產品，以滿足消費者的期望。	B5.2

可持續發展概覽表

層面B6產品責任																				
已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比。	於報告期內，產品出廠檢驗檢疫總批次3,132批，產品檢驗合格率100%。	B6.1																		
接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	<p>2016年，亞太地區電話業務產生的諮詢、外呼、投訴數量總計如下：</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>2016年(次)</th> <th>佔比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>諮詢</td> <td>1,204,102</td> <td>69.3%</td> </tr> <tr> <td>外呼</td> <td>456,884</td> <td>26.3%</td> </tr> <tr> <td>投訴</td> <td>77,611</td> <td>4.4%</td> </tr> <tr> <td>其中：有效投訴</td> <td>52,776</td> <td>3.0%</td> </tr> <tr> <td>總計</td> <td>1,738,597</td> <td>100.0%</td> </tr> </tbody> </table> <p>對於收到的投訴，我們制定了專門的客訴處理流程。而投訴處理完成後，亦會進行滿意度調查及消費者關懷回訪，保證為客戶提供優質的售後服務。</p> <p>在澳洲地區，我們在主要產品銷售和服務的地區同樣設置了電話業務。</p>	年度	2016年(次)	佔比	諮詢	1,204,102	69.3%	外呼	456,884	26.3%	投訴	77,611	4.4%	其中：有效投訴	52,776	3.0%	總計	1,738,597	100.0%	B6.2
年度	2016年(次)	佔比																		
諮詢	1,204,102	69.3%																		
外呼	456,884	26.3%																		
投訴	77,611	4.4%																		
其中：有效投訴	52,776	3.0%																		
總計	1,738,597	100.0%																		
描述與維護及保障知識財產權有關的慣例。	依據國家和行業有關知識產權法律法規，制定了《知識產權管理制度》、《商標管理制度》、《域名管理制度》及《職務發明人獎勵法》等制度，對集團知識產權的維護與保障進行了細化。在研發、生產及銷售環節制定了詳細的知識產權管理控制流程，將公司的知識產權管理制度落實到生產運營的各個環節中。	B6.3																		
描述品質檢定過程及產品回收程序。	<p>生產過程中的中間產品按照生產工藝流程進行中間產品的品質監控檢測和中間產品檢測，確保過程產品品質符合標準要求。</p> <p>產成品100%經檢驗合格後方可入庫、發貨銷售。</p>	B6.4																		
描述消費者資料保障及私隱政策、以及相關執行及監察方法。	本集團參考ISO27001國際標準、其他相關標準及最佳實踐，建立了對消費者敏感資訊進行全面保護的資訊安全管理體系並持續運營，同時密切關注產品及服務所在地區法律法規和相關政策要求，不斷完善資訊安全保護能力，並按照相關法律及內部指引對消費者資訊進行保密。	B6.5																		

可持續發展概覽表

層面B7反貪污		
於彙報期內對發行人或其雇員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果。	於報告期內，我們並未發現有任何違反與反貪污有關的法律法規的情況。	B7.1
描述防範措施及舉報程式，以及相關執行及監察方法。	本集團制訂了《反舞弊及舉報管理制度》，建立了一系列反舞弊措施，包括：宣傳培訓、舞弊風險評估、建立投訴機制等。董事會、審計委員會作為反舞弊工作的主要負責機構指導並持續監督反舞弊工作。	B7.2
層面B8社區投資		
專注貢獻範疇(如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育)。	多年來，我們積極參與母嬰救助基金、愛心醫院、育兒講座、學術研究等公益事務，從多個範疇回饋社會。	B8.1
在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	由於社區投資涉及多個範疇，所動用的資源詳見「社區投入」部分。	B8.2