



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)

2017 年可持續發展報告



關於本報告

本報告涉及健合(H&H)國際控股有限公司(「健合集團」、「集團」或「我們」)，一家在開曼群島註冊成立的有限責任公司。集團的全球總部位於香港，2010年在香港聯合交易所上市。

健合集團在全球提供高端家庭營養及護理用品。公司的產品系列包括高端兒童益生菌補充劑、嬰幼兒配方奶粉、嬰兒輔食和嬰兒護理產品，品牌包括 Biostime、Dodie 和 Healthy Times。另外，在成人營養及護理用品領域，旗下品牌有Swisse，澳大利亞領先的維生素，草本和礦物質補充劑品牌。

報告內容和期限

本報告全面概括了健合集團與利益相關方有關的環境、社會和管治方面的願景、戰略方向和業績。有關於集團具體財務業績和其他事務的內容載於 2017 年年報(2018 年 3 月公布)。

本報告的內容涵蓋健合集團在全球的運營，包括旗下的四大品牌：Biostime、Swisse、Healthy Times、Dodie 及相關製造、倉儲和分銷設施、子公司和銷售辦事處、全資所有服務供應商傳媒機構 Noisy Beast 以及重大合資企業。

報告期限為 2017 年 1 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日。報告呈現的數據為截至 2017 年 12 月 31 日的日曆年數據，另有說明的情況除外。

報告結構與我們團隊可持續發展重要指標評估的發現一致，經過 2018 年 2 月至 4 月期間與內、外部利益相關方的廣泛溝通和訪談，決定了針對利益相關方群體最為重要的 22 個方面，這些事項在本報告中稱為「重要議題」。

內容則根據我們的六大戰略基石(人、傳承、創新、優質、健康生活和全球公民)呈報各自的表現。

請參見“健合集團可持續發展”章節，詳細瞭解各個重要議題的處理流程、規則和界限。



報告週期和最新報告

自 2016 年起，健合集團每年呈報非財務業績。這是我們的第二份集團層面的報告。自去年公佈第一份報告以來，我們調整了報告的議題，以反映未來與內部和外部利益相關方的溝通。請參見附錄瞭解 2016 年的重要議題，並參見第 17 頁瞭解重要議題和方法論的完整列表。

合規性要求

本報告的編制依照全球報告倡議組織(Global Reporting Initiative, GRI)可持續發展報告標準(GRI Standard)及香港聯合交易所《主板上市規則》附錄二十七《環境、社會和管治報告指引》。

請參見 GRI 披露指數，瞭解本報告所含 GRI 披露項的完整列表。GRI 未核實本報告的內容，也不對呈報信息的可靠性表明立場。有關 GRI 的詳情，請訪問：www.globalreporting.org。

集團針對重要指標、相關利益方參與、報告內容、報告格式等事宜徵詢了外部專業意見，並重新調整了報告架構。集團希望未來的報告能得到外部鑒證，提高透明度並為我們的披露提供額外的公信力。

我們還在整合品牌和地區的數據採集方法，力求保證數據的一致性。同時，我們開始制定重要議題的標準管理方法，並會在這些管理方法推出時制定評估方法。

聯繫我們

我們很高興能夠對外討論本報告的內容以及健合如何實現更加可持續發展的商業實踐。如您對本報告有疑問或建議，請致函我們的集團可持續發展和社區參與聯繫人：

Jessie Broadway 女士
111 Cambridge St, Collingwood, Victoria, Australia, 3066
電子郵件：jessie.broadway@hh.global
網址 www.hh.global

目錄

簡介	1	人	22	優質	39
關於本報告	1	重要性	23	重要性	40
首席執行官致辭	3	方針	23	方針	40
健合集團里程碑	4	2017 年表現	24	質量保證和召回程序	41
亮點	5	Thrive 案例研究	30	供應鏈管理和責任採購	42
				道德營銷	43
				2017年表現	45
				保護南極磷蝦	46
我們的業務	6	傳承	31	健康生活	47
健合集團2017年表現	7	重要性	32	重要性	48
偉大的團隊	8	方針	32	方針	48
我們的價值鏈概述	9	企業管治	33	2017 年表現	48
瞭解我們的品牌家族和產品	10			“天使之旅” 先心病兒童救助項目	49
我們主張的理念	12	創新	34	全球公民	50
		重要性	35	重要性	51
		方針	35	方針	51
		臨床測試	37	2017 年表現	53
		Isigny Sainte Mer	38	國際森林日	57
健合的可持續發展	13			附錄	58
我們對“可持續發展業務”的理解	14			披露索引	59
我們的關注：利益相關方參與	15				
開啟我們的旅程	16				
重要可持續發展議題	17				
健合六大基石	19				
可持續發展戰略	20				
可持續發展管治	21				

首席執行官致辭

我代表健合集團，很高興公佈截至 2017 年 12 月 31 日的年度可持續發展報告。本報告反應了我們的多項工作和對可持續發展的承諾，我們首次完整地對目前所有業務區域和所有品牌業務完成審核。

我們以人為本，側重於提升幸福感，同時有原則地開展工作，但我們正式的可持續發展之旅才剛開始。集團在 2017 年開始全面整合，這是我們的絕佳時機。讓人們更健康快樂的使命使我們團結一致。如果不關愛社區、環境、股東、客戶和合作夥伴，我們就無法實現集團使命。

借助本報告和戰略發展，我們力求超越現有要求，預測未來政策環境並瞭解我們的全球市場。在這個市場中，消費者希望他們選擇的品牌不僅是優秀的企業公民，而且能夠積極貢獻社會。

呈報和整理所有品牌和地區的數據的過程讓我們能夠思考公司的發展歷程以及改進空間。本報告展現了我們對可持續運營的承諾，並為我們的企業願景提供了參考。

在本報告中，您將瞭解到我們對降低環境足跡、尊重人權和秉持公平以及宣傳健康意識的重視。

沒有我們每天所依賴的自然資源，我們就無法創新和研發產品，因此我們希望進一步保護和鞏固生態系統。我們很驕傲地宣佈，我們已經中和所有範疇一和範疇二溫室氣體排放；這是我們為後代創造美好環境的第一步。

請結合 2017 年年度財務報告（2018 年 3 月發佈）閱讀本報告，因為如果我們不在可持續發展上達成一致，就無法實現我們的目標。

希望大家支持我們的可持續發展計劃，歡迎所有利益相關方的反饋和參與。我們驕傲地向未來邁出這一步。

首席執行官
羅飛



健合集團里程碑



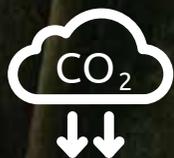
可持續發展報告 2017 年亮點



研發投入 1,540 萬美元



771,805 美元
社區捐贈



我們已經中和所有範疇一和
範疇二溫室氣體排放



24% 收入
增長



Swisse Wellness - 澳大利亞企業獎 -
2017 年最佳雇主

合生元被「大街網」及「智聯招聘網」評為
2017 年最佳雇主

3 個重點



1 健康意識



2 我們的環境足跡



3 尊重人權和秉持公平

我們的業務



健合集團 2017 年表現

2017 年，我們將所有業務整合至一個集團名下，反映出我們的新企業使命、願景以及全方位高端家庭營養健康產品及護理用品提供商的定位，加速推進現有四大品牌（即 Biostime、Swisse、Healthy Times 和 Dodie）整合。我們之所以選擇“健合”這個名字，這是因為我們從根本上認為，我們的生活方式和選擇直接影響著我們的快樂。我們希望在各個方面激勵人們健康向上。

我們為股東實現了優秀的財務業績，與去年相比，收入增長 24.4%*，總利潤增長 29.7%。我們的品牌繼續在全球擴張。我們已在亞太區、歐洲、北美洲和大洋洲超過 12 個國家/地區站穩了腳步，有 2,661 名員工分佈在 95 個辦事處。

作為擁有悠久傳統的企業，我們的品牌在各自的本土市場都擁有穩固的地位。在中國，我們是高端嬰幼兒營養和護理行業的領導者，總市場份額穩定在 5.5%**，嬰幼兒配方奶粉 (IMF) 產品和益生菌補充劑的增長迅猛。Swisse 保持著在澳大利亞維生素、草本和礦物質補充劑 (VHMS) 市場的領導地位，2017 年的市場份額達到 16.1%**。

2017 年，我們的業務在人員、產品和利潤方面的發展較為可觀，並且在收購 Swisse 的剩餘少數股份以及歐洲分銷權之際，我們完成了整合里程碑。2018 年，我們會進一步擴張至其他國家/地區、推出更廣泛的創新產品並部署更新穎的營銷方式，提高消費者認知度並促進進一步增長。我們還將在維持現有戰略夥伴關係的基礎上建立新的合作關係，進一步支持我們線上和線下的業務發展。



2,661
名員工



超過 90 個
辦事處分佈在
12 個國家/地區



12.63 億美元
收入[†]



1.88 億美元
淨利潤[†]

* 利潤為“息稅折舊攤銷前利潤 (EBITDA)”，即未計利息、所得稅、折舊和攤銷前的利潤。

** 根據在各個國家/地區委託的獨立市場研究。

† 2018 年 6 月 1 日根據 8,095,300,000 元人民幣（收入）和 1,208,400,000 元人民幣（利潤）換算。

ANC

成人營養及護理用品



BNC

嬰幼兒營養及護理用品



偉大的團隊



銷售活躍的國家/地區

中國、香港、新加坡、新西蘭、澳大利亞、荷蘭、意大利、英國、美國、比利時、摩洛哥、法國。

我們的價值鏈概述

我們已開始投入大量的精力，讓我們的活動在未來幾年更具有可持續性。我們的計劃是考慮整個價值鏈，從建立全面的供應鏈報告平台開始，涉及從原材料到處置全鏈條的任何一個業務領域。

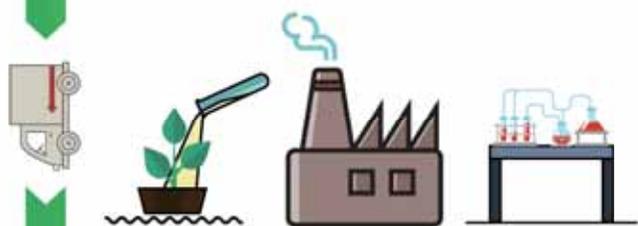
在整個價值鏈中，我們的環境和社區會受到影響。

- 收割或採購原材料
- 分揀和提取
- 質量檢測
- 打包、貼標和運輸



採購

- 質量檢測
- 構造、封裝或壓縮成產品或應用形態
- 質量檢測
- 打包、貼標和運輸



製造

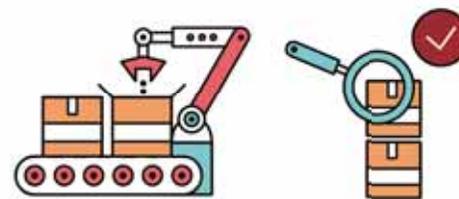


研究與開發

- 回顧或開展研究，瞭解消費者健康需求
- 產品設計
- 包裝設計
- 採購
- 測試
- 監管審核

- 質量檢測
- 生產成品，以面向消費者的形式進行包裝
- 質量檢測
- 打包、貼標和運輸

包裝



- 分揀
- 履行訂單
- 打包、貼標和運輸

配送中心



- 庫存產品超出保質期
- 包裝回收
- 填埋所有剩餘產品



超出保質期



客戶



零售

- 營銷和培訓
- 批發商和零售商收到產品
- 消費者選擇和購買
- 消耗或使用產品

ANC

成人營養與護理用品

瞭解我們的品牌家族和產品

我們是先進嬰幼兒營養和護理用品以及高端優質維生素和膳食補充劑的全球領導者，讓人們更健康快樂的使命使我們團結一致。我們的四大品牌成功研發、生產和分銷超過500款不同類別的產品。

Biostime、Healthy Times 和 Dodie 為中國、美國和歐洲家庭提供值得信賴的嬰幼兒營養和護理產品，包含傳統和有機嬰幼兒配方奶粉、主食和輔食、奶瓶和奶嘴以及護理產品。

我們的成人保健品牌 Swisse 覆蓋暢銷的男女多種維生素和膳食補充劑、運動營養產品、護膚品和功能食品。Swisse 產品目前在澳大利亞、新西蘭、美國、中國、新加坡、英國、意大利和荷蘭有售，通過在線商店銷往全球各地。

2017 年，我們推出了 75 款新產品，集團研發 (R&D) 投入達 1,540 萬美元。



528
款產品
4
個品牌



暢銷
12 個市場



超過 420 萬
社交媒體粉絲



6
項研發設施
合作關係



BNC

嬰幼兒營養與護理用品



我們主張的理念

我們從根本上認為，我們的生活方式和選擇直接影響著我們的快樂。

我們希望在各個方面激勵人們健康向上。

我們謹記著作為一家領先的跨國公司的責任，並尋求全球優秀人才的參與。我們與業內同仁、行業協會和倡導團體分享我們的發展旅程。

會員和協會關係



健合的可持續發展



我們對“可持續發展業務”的理解

可持續發展賦予企業以意義，可持續的產品能帶來更好的發展。

<http://www.nielsen.com/us/en/press-room/2015/consumer-goods-brands-that-demonstrate-commitment-to-sustainability-outperform.html>

我們的可持續發展方針契合健合讓世界更健康更快樂的使命：不斷對我們的生產、產品進行改進，思考如何讓人們變得更健康快樂。

我們意識到，目前行業正處於監管嚴、風險高且機遇多的轉折點。這是我們投入精力改善社會責任表現和實踐的一次契機。

把可持續發展放在優先位置已成為我們的集團戰略之一。2017年，集團在人員、產品和銷售方面蓬勃發展，並且收購了 Swisse 的剩餘少數股份以及歐亞區的分銷權，觸達了集團整合的第一個里程碑。

集團整合期間，我們重新制定了集團的可持續發展目標。開展三年可持續發展管治戰略，切身落實我們的集團使命。

我們內部進行的差距分析指出，我們很清楚四個品牌的直接經濟影響，但對間接的經濟（例如供應鏈的經濟效益）、環境和社會影響的瞭解有限。我們還發現可以通過參考國際可持續發展框架，如聯合國全球契約及可持續發展目標，更加針對性地實施影響並與更多志同道合的夥伴合作。

2016年，我們的首份可持續發展報告開始了一個更加結構化的流程，體現出董事會和高級管理層的職責，並制定了2018年的可持續發展願景、目標和戰略承諾。我們啟用了集團性的報告框架和在線數據管理平台，並依照標準進行衡量。

這是一段剛剛開始的旅程。我們將其視為業務改進流程，通過回顧我們的管治和管理結構以及流程，我們希望在未來三年提高業務運營效率，同時積極影響我們身邊的人。



我們的關注： 利益相關方參與

要推進集團的可持續發展和進步，則需要與我們的利益相關方進行定期、開放和透明的溝通。從集團層面，我們從戰略的角度出發提供多種途徑了解他們業務背後深層次的想法。

我們的品牌會根據利益相關方的需求，通過各種不同渠道和頻率與其進行聯繫互動。



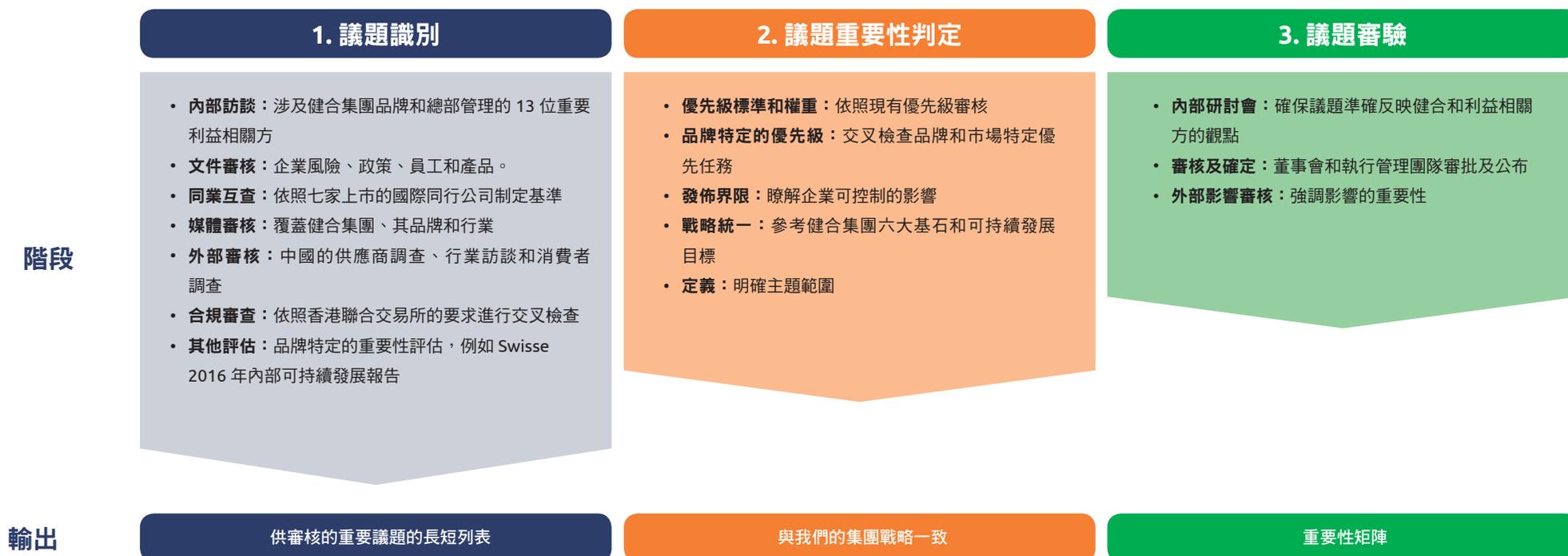
利益相關方	我們如何參與	頻率
股東和投資者	年報、中報和周年股東大會、董事會、投資者會議、投資者關係網站	持續，每季度
消費者	社交媒體 (Facebook、Instagram、LinkedIn、Twitter、微信) 博文 通過客戶服務提供的客戶反饋 eDM 我們的網站 活動 贊助 店內 (零售商) 在線銷售平台 廣告通信	持續，每天
分銷商和零售商	門店視察 培訓活動	持續，每天
團隊成員	內部平台 - Yammer H+H 新聞 Swisse 新聞動態 健合碰頭會 業績審核 有序的非正式會議	持續，每天
供應商	會議 現場考察 口頭和電子郵件通信	持續，每天
投資方	網站 HKEX 公告 會議	持續，每季度
社區	社交媒體 (Facebook、Instagram、LinkedIn、Twitter) 社區活動或贊助活動 我們的網站 店內活動	持續，每天
政府和監管者	會議 政策圓桌會議 活動 報告 創新通知	持續，每月
競爭對手	會議	視需要
媒體	新聞稿 原材料/生產現場參觀 媒體/行業活動	視需要 專門安排 每季度
行業機構	會議 主題活動	每月 專門安排

開啟我們的旅程

重要議題識別和排序

首先，我們開展了重要性評估，確定並優先排定了有關且特定於我們業務的環境、社會和管治 (ESG) 議題。通過評估結果，我們瞭解了可持續發展報告的內容和重點，並促進健全集團可持續發展戰略的制定。我們的重要性評估根據香港聯合交易所《主板上市規則》附錄二十七《環境、社會和管治報告指引》，由 GRI 標準原則作為確定報告內容（包括利益相關方納入、可持續發展內容、重要性和完整性）的指南。2018 年 1 月至 4 月，我們經過內外部利益相關方的訪談，並最終通過三個階段確定了 22 個重要議題：議題識別，議題重要性判定和議題審驗。

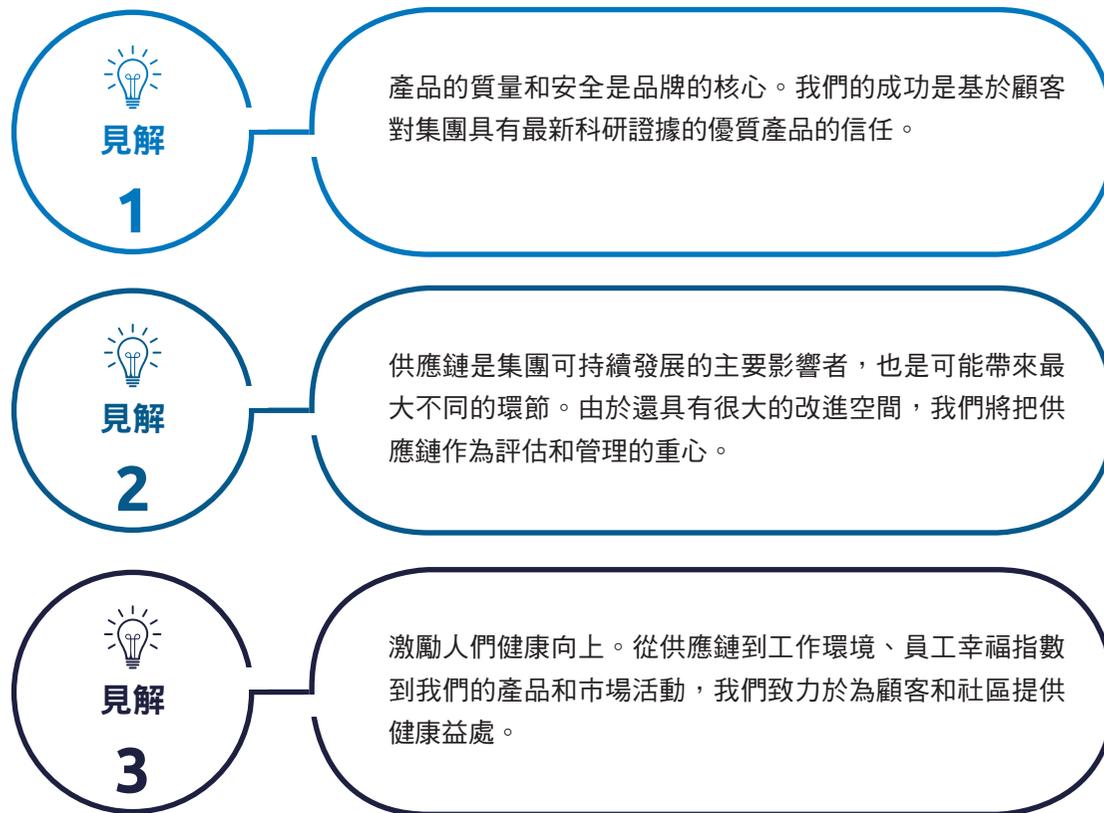
在集團整合之際，我們的可持續發展之旅才剛剛開始。董事會通過符合集團使命的願景指引我們，並確定了可以取得最大積極影響的目標。未來三年，我們將設立減少環境足跡，並擴大社會積極影響的共同目標。



重要可持續發展議題

該報告提供了利益相關方關注的 22 個獨立的可持續發展議題，為未來三年的可持續發展績效管理框架奠定了基礎。

其提供了以下見解：

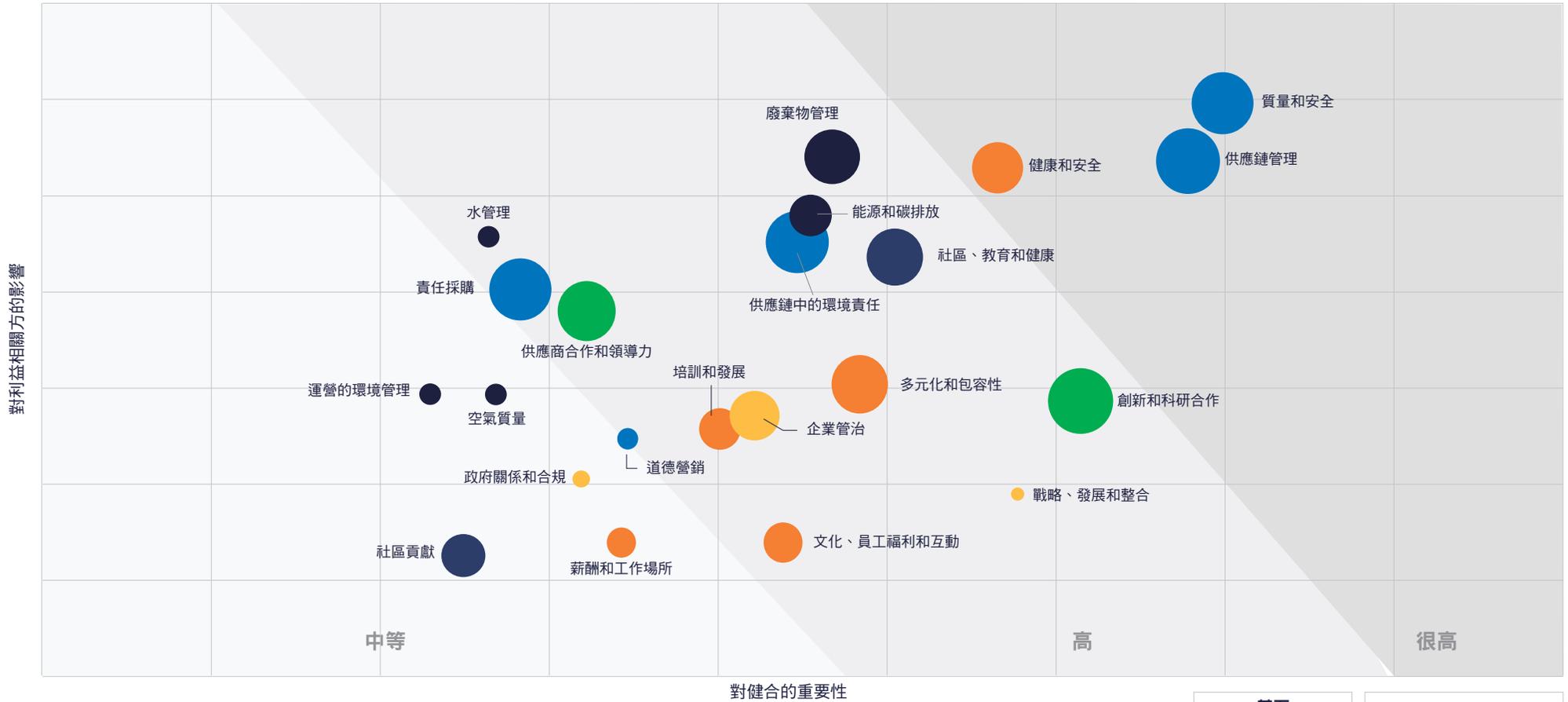


這些議題為我們企業目標的實現帶來了機遇和風險，緊扣集團的六個戰略基石：優質、創新、人、健康生活、傳承和全球公民。



重要議題

健合集團重要議題



基石

- 傳承
- 創新
- 優質
- 人
- 健康生活
- 全球公民

影響的顯著性

● → ●

重要議題

我們的基石是我們的行為、動機和業務開展方式背後的準則。這些準則將我們團結在使命周圍，並在我們發展進程中支撐著我們。因此，我們統一了重要議題，以真正地幫助我們成為一支偉大的團隊。我們能夠攜手創造更強大的集團，保障人們的健康快樂。

健合六大基石



人

- 健康和安全
- 多元化和包容性
- 培訓和發展
- 福利、文化和互動
- 薪酬和工作場所



傳承

- 薪酬和工作場所（包括可持續發展領導力）
- 政府關係和合規
- 企業管治



創新

- 創新和科研合作
- 供應商合作和領導力



優質

- 供應鏈管理
- 質量和安全
- 道德營銷
- 供應鏈中的環境責任
- 責任採購



健康生活

- 社區教育和健康
- 社區貢獻



全球公民

- 能源和排放
- 廢棄物管理和包裝
- 水管理
- 空氣質量
- 運營的環境管理

可持續發展願景

讓人們更健康快樂，需要我們思考產品、業績和環境之間的關係。
我們希望通過在全球的價值鏈和足跡，對社會、環境產生積極影響。



人



傳承



創新



優質



健康生活



全球公民

可持續發展目標

1 健康意識

我們通過倡導和教育，分享健康生活方式的益處、宣傳健康意識並與志同道合的合作夥伴合作



我們積極通過投資心理、營養和運動三個重點領域，幫助人們健康生活，並促進各年齡人群追求健康幸福生活。

我們打造的產品有助於全球消費者的健康和幸福。

我們攜手人文和可持續發展價值觀相同的合作夥伴和供應商，構建更健康、美好的世界。



2 我們的環境足跡

我們高效利用資源，應對氣候變化，為後代保護我們的環境。



我們在追求經濟發展的同時，實施可持續發展的採購模式，以保護我們的原生態原料。

我們通過標準的產品標籤，為消費者提供完整信息，確保產品的可追溯性和透明度。

我們將更高效地利用資源、注意我們的碳足跡並作出合理的決策來降低和中和我們的排放。



3 尊重人權和秉持公平

我們保護人權，將其作為健康和快樂的基礎



我們會努力確保，我們的業務所接觸到的個體都擁有基本權利和根本自由。

我們在工作環境中尊重我們員工的生活。

我們會設立正式和非正式組織，減少不平等現象並消除歧視。



承諾



在 2018 年年底前
100%新供應商
簽署行為準則



在 2018 年年底前
對範疇一和範疇二
的溫室氣體排放進行 100% 碳
中和



在 2019 年年底前
使用從廢棄物中
獲得的成分生產
三款產品



在 2019 年年底前
完成所有產品包
裝的審核



在 2019 年年底前
管理層中女性
比例提高 2%



在 2020 年年底前
募集 500,000 美
元，投資到健全
集團基金會中



在 2020 年年底前
通過健全集團基金
會，將健康舉措推
廣至 100 萬人



在 2020 年年底前
研發 5 款新產品，克
服我們面臨的最大可
預防健康挑戰



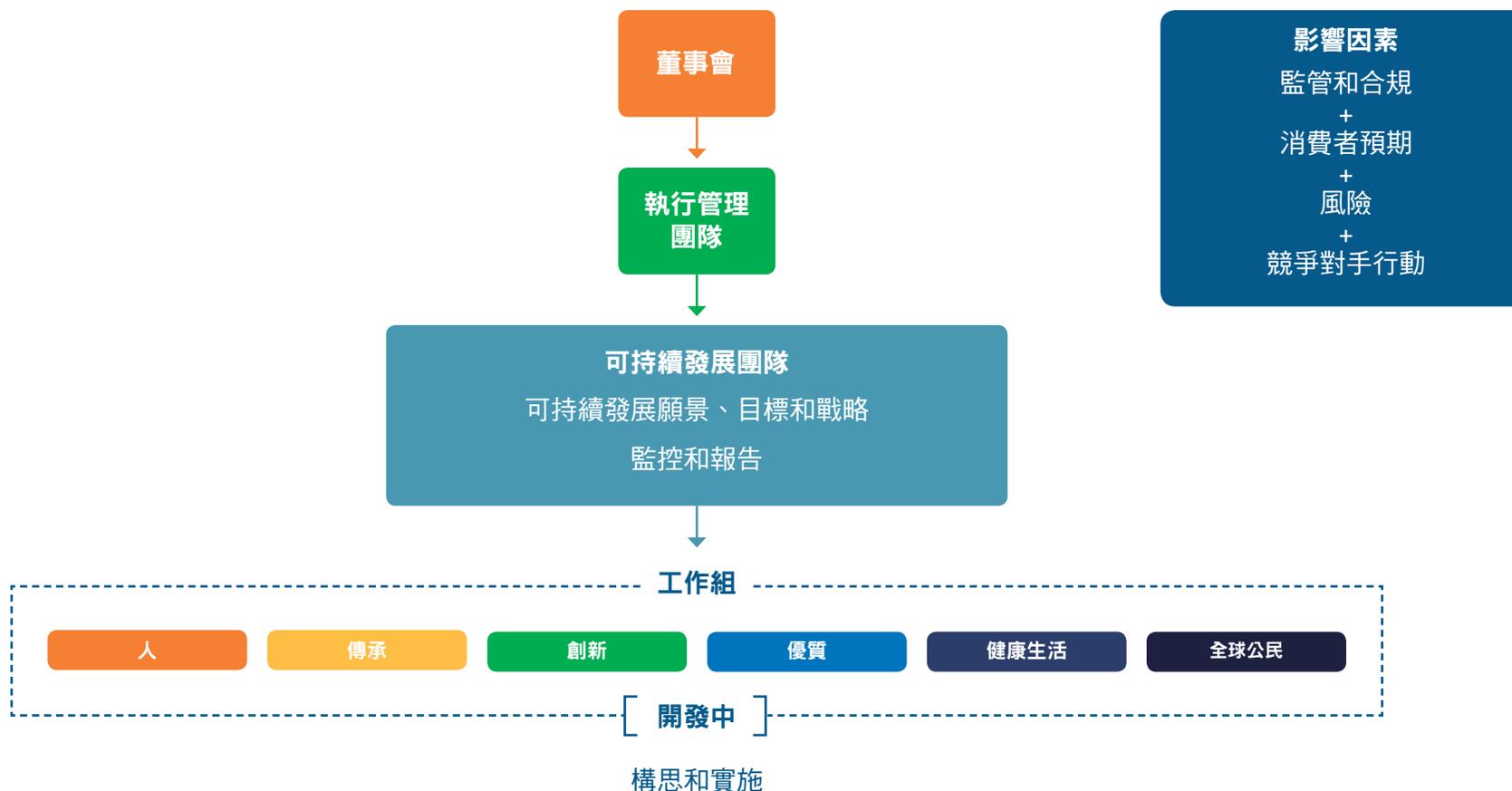
在 2020 年年底前
減少 20% 的
廢棄物



在 2025 年年底前
實現 BCorp 認證

可持續發展管治

2017年我們見證了集團在可持續發展中表現出的階段性變化。隨著持續將四個全球嬰幼兒和成人營養及護理品牌整合到健合集團旗下，集團內部由上至下發起了對可持續發展管治的重組，為 2018 年取得不錯的開頭，我們期待能夠在今年有所進展。董事會總體負責集團的 ESG 戰略和報告。並承諾把此議題納入到董事會會議的必要議程中。





我們的人才和激情是我們得以成功的原因。我們的文化是企業最重要的部分。我們互相激勵，並分享知識和想法。

我們是一支多元化且真正全球化的團隊，而我們都是這團隊中的一員。無論我們在何處工作或者與誰共事，我們都會保護自己的文化。我們重視彼此的專業知識，並希望更好地與彼此合作。我們幫助彼此取得成功並享受生活，同時牢記生命之美值得每天讚頌。

本章節涵蓋的重要議題

- 健康和 safety
- 多元化和包容性
- 培訓和發展
- 福利、文化和互動
- 薪酬和工作場所

承諾

- 我們將控制和管理設施設備，以避免任何與工作相關的死亡事故
- **截至 2019 年年底前**，我們將建立一個工作考核系統以支持薪酬制度的落實
- **截至 2019 年年底前**，我們會統一所有品牌和地區的職業健康安全 (OH&S) 管理
- **截至 2019 年年底前**，我們會將員工手冊分發到全球的所有地區和團隊
- **截至 2019 年年底前**，我們將會有2%的女性加入管理層
- **截至 2020 年年底前**，所有員工均可參與內部的健康和福利計劃

重要性

我們是一支多元化的全球團隊，讓全世界人們更健康快樂的目標使我們團結一致。我們的人才和激情是我們得以成功的原因。因此，我們需要確保團隊成員的參與並關注他們的健康。我們的首要任務是確保所有團隊成員擁有健康安全的工作環境。我們致力於確保為團隊成員、訪客、供應商和與我們企業有來往的任何第三方提供安全的空間和作業環境。

隨著公司的發展，我們的員工和開展業務的社區會變得更加多元化。我們深知，接納集團內每個人的不同能夠提高企業的潛能，還能促進當地的社會凝聚力。

為保護我們最寶貴的資產——人才，我們需要通過優厚的薪資以及為各類特殊情況提供靈活的工作場所，重視每一位團隊成員的專業知識和生活方式。

方針

總體框架

Swisse 行為準則和合生元員工手冊概述了我們的價值觀，以及讓我們保持專注、幫助我們牢記使命並繼續保持高增長業務的相應行為。對應品牌的每一位團隊成員都需要閱讀、簽署並遵守這些制度。這些文件包括招聘、勞動關係和合同、工作時間、工資、健康和 safety、法規要求、培訓和發展等。

在整理這份報告的過程中，我們認識到，我們的價值觀和願景在集團內部不同地區進行傳達，需要一套集團層面的正式傳播方法，來確保管理和對待員工的方式透明化，並保持一致性。這是我們在2018年的承諾之一。

工作健康和 safety

儘管我們的健康和 safety 方針因業務性質和地點而異，但我們在七個關鍵要素上絕不妥協；

1. 危險管理
2. 職責和權限的定義
3. 事件管理
4. 供應商管理
5. 應急響應
6. 返崗程序
7. 我們如何招聘新的團隊成員

Swisse 針對這些關鍵要素制定了相應的政策。風險和事件均被記錄下來。我們的團隊成員負責在工作場所發生這些事件時進行記錄。

每個地區的團隊成員都需要管理已確定的風險，並與管理層溝通記錄中記載的具體地區面臨的挑戰。

超過 100 名員工和供應商的重點地區則設有委員會，負責推進健康和 safety 改善的培訓和實施。

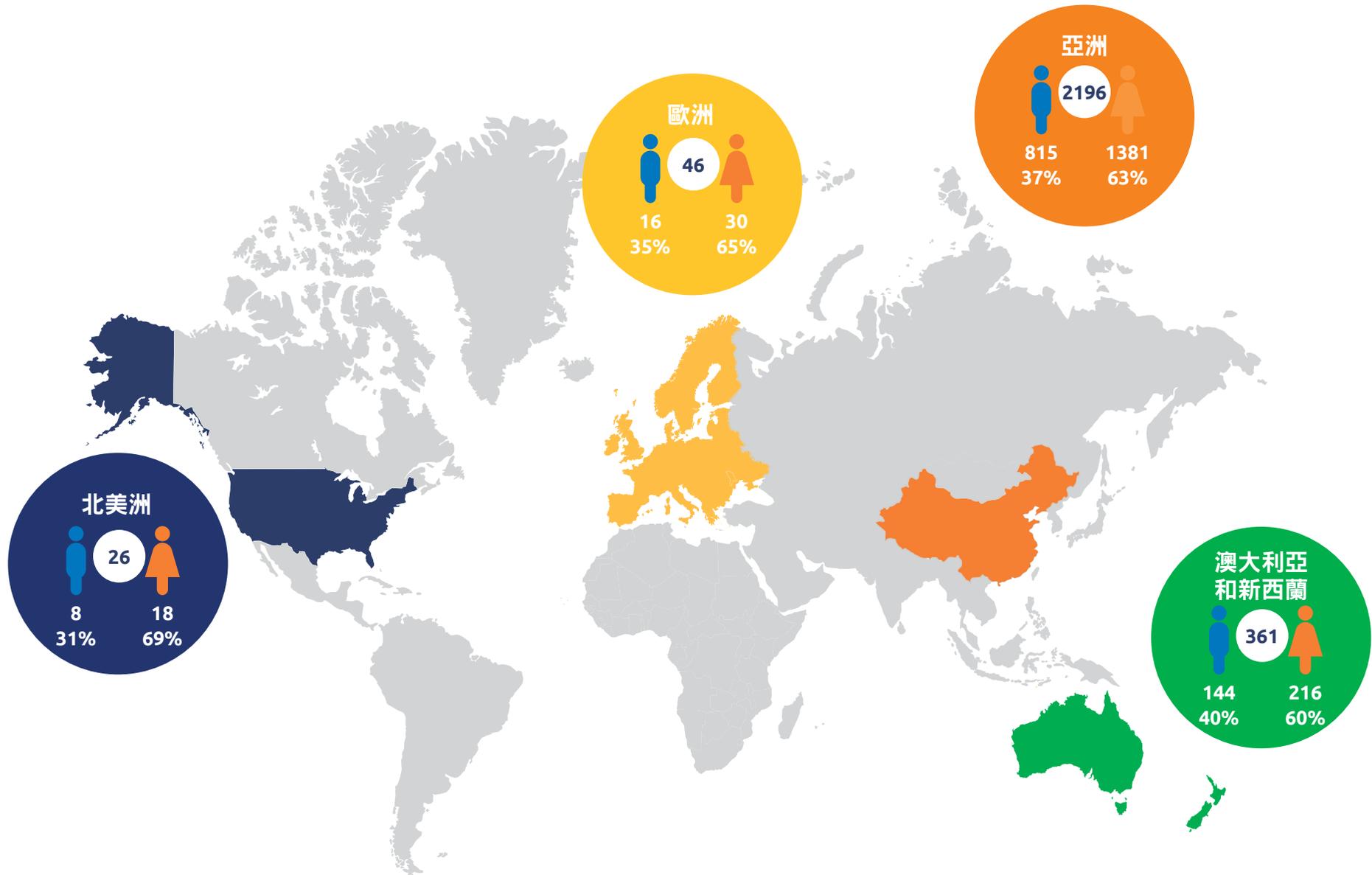
儘管我們定期開展供應商實地審計和檢查，但並未將健康和 safety 作為評估標準納入。今年對潛在供應商的工作條件進行非正式評估時因發現其條件不符而被取消候選資格。未來，我們將針對供應商健康以及 safety 審計方面制定一套集團管理方針。2018 年，我們將與合作夥伴共同瞭解他們的現有要求並規範基線預期。

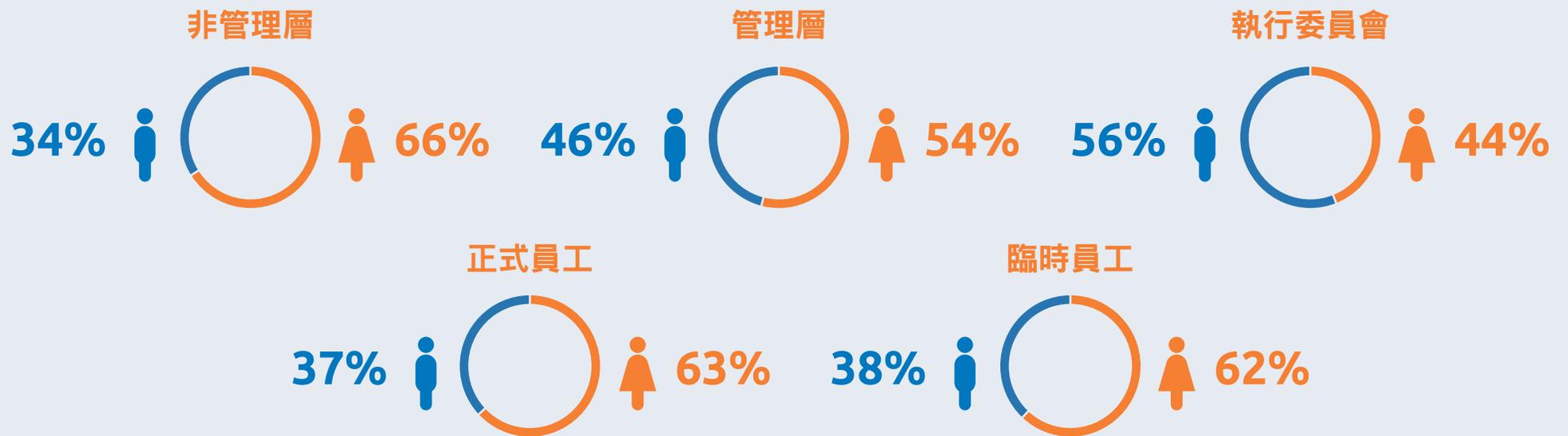
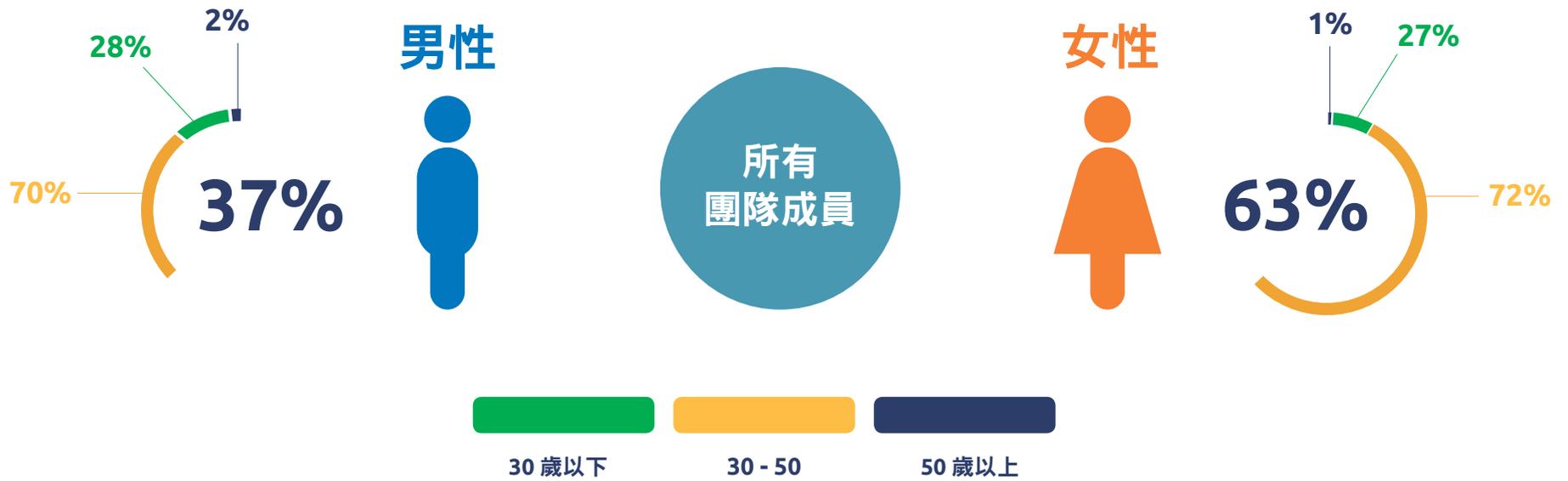
0 今年，集團內未發生工作場所死亡事故。

集團內發生過 52 起工傷。合生元的受傷事故造成 366 天的工時損失。

我們很驕傲地表示，集團內未發生違反安全工作環境和職業危險防護方面的相關法律和法規的事件。

2017 年表現





文化和員工福利

我們的集團價值觀於 2017 年推行，為所有員工提供了培訓和相關信息，幫助他們瞭解我們如何促進團隊合作並激勵大家健康向上。我們團隊的目標是關注我們自己的健康和幸福，然後再影響我們身邊的人。

价值观				
激情燃燒	勇往直行	相互信任	伟大的团队	庆祝生活每一天
行为方式				
我们..... 专注投入 积极主动	我们..... 志存高远, 追求创新 敢于挑战	我们..... 信守承诺 充分授权	我们..... 开诚布公 携手共赢	我们..... 积极向上 健康快乐
这就是我们的行事方式... 我们热爱自己的团队、品牌、产品和顾客 我们主动出击 我们互相激励 我们不断向上, 突破自我 我们追求成功 我们努力创造并传递对社会、组织和个人有意义的价值。	这就是我们的行事方式... 我们总是尝试新事物, 寻求新机会。 我们对自己的行动和行为负责。 我们畅想未来, 总是将挑战视为机遇。 我们崇尚企业家精神。 以创新引领时代。	这就是我们的行事方式... 我们崇尚简单文化, 相互尊重。 无论做什么, 我们的准则始终是诚实正直 我们坚信这样的准则一定带来商业和个人的成功 我们信任彼此, 并不断提升自身能力。	这就是我们的行事方式... 我们心存同一个梦想。 我们相信一个远大的组织目标依靠伟大的团队实现而非个人 我们欢迎不同的观点和看法。 我们倾听彼此。 我们沟通无限。	这就是我们的行事方式... 我们每天保持乐观的心态 感恩之心从不间断 我们为成就而欢呼 我们尊重身边的人、社会及环境 我们激励人们健康向上

在中國工作的團隊成員每年都可享受由公司付費的體檢。全球*的團隊成員獲提供各類心理、運動和營養健康的課程，還可使用我們的全系列產品。



* 不包括法國

Swisse :

- 所有團隊成員簽署《行為準則 - 平等就業機會、歧視、欺凌和騷擾》
- TP-06-19 歧視和騷擾政策

多元化和包容性

我們希望接納和包容員工和地區的多元化現象，同時積極影響各地的多元化和包容性問題。

我們正在制定多元化和包容性制度以及集團行為準則來解決這個重要問題。該政策和行為準則將於 2018 年推出，所有健合的團隊成員都需要遵守。

Swisse 行為準則也參考了歧視和騷擾政策進一步詳細闡明我們的宗旨。

亮點

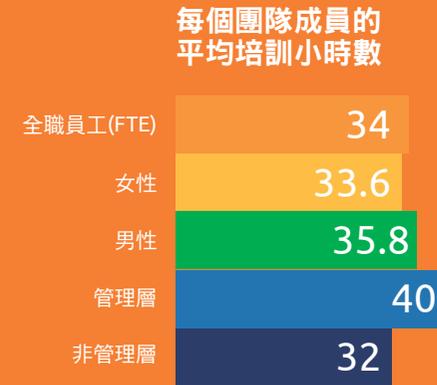
2017 年，Swisse 推出了 CLEW 戰略，由我們的人才與文化團隊負責，並獲企業代表支持。CLEW 是指 Celebrate Life Every Way（以各種方式慶祝生命），它支持著我們的包容性文化以及堅信每個人都值得為支持他們的企業和團隊而工作的觀點。

培訓和發展

加強團隊能力是實現 2017 年目標的一個關鍵點。這不僅有利於我們的團隊成員和公司發展，還能夠提高團隊的技能和能力。

我們鼓勵並支持員工獲取新知識和技能，提高工作效率及提升工作質量，并能獲得晉升機會。每個品牌通過各自的人才與文化團隊，管理團隊的培訓和發展。集團的中國團隊成員將以集團培訓管理方法作為指引，該方法概述了關於支持培訓和發展的制度、津貼和說明。

Swisse 對機會和各部分的原理或目標的定義如下，讓所有團隊成員都可獲得：



Swisse Wellness — 澳洲企業獎 —
2017 年最佳僱主

合生元被「大街網」及「智聯招聘網」
評為 2017 年最佳僱主

薪酬和工作場所

我們的人才與文化團隊負責管理各業務部門的薪酬流程，並且深知必須尊重我們的員工。我們全體人員都將維護員工的聲譽。這意味著，我們的員工是適齡的、獲得公平工資待遇、自願受雇且工作時間合理。我們的基準通常遠高於此，我們會監控市場價格和行情，確保為團隊成員提供優厚的福利待遇及平等的機會。

積極的工作環境對團隊成員的個人生活有積極的影響，有助於良好地維持工作和生活的平衡，最終讓他們過得更健康、更快樂。優厚的薪酬還能夠為團隊所在地區帶來經濟效益。

我們監控員工在職情況，試圖瞭解我們的員工選擇離職的原因，以及我們如何成功吸納新人才。

2017年，我們未發生違反薪酬和解雇、招聘和晉升、工作時間、休息時間、平等機會、多元化、反歧視、其他福利以及國家勞動法律和標準的事件。

2018年，我們會制定集團層面的制度，以確立與我們的薪酬和工作場所相關的管理方法。

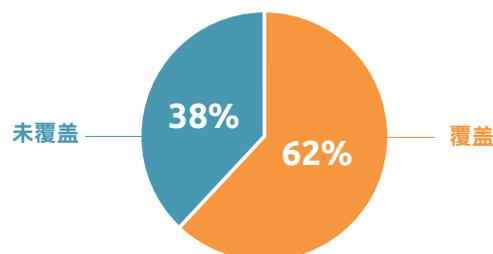
今年，我們通過改造各地區的辦公環境以體現我們的集團文化及使全球的辦公環境保持一致。我們熱愛這個嶄新的、明亮的、自然和鼓舞人心的工作環境，我們將在2018年繼續進行這個項目。



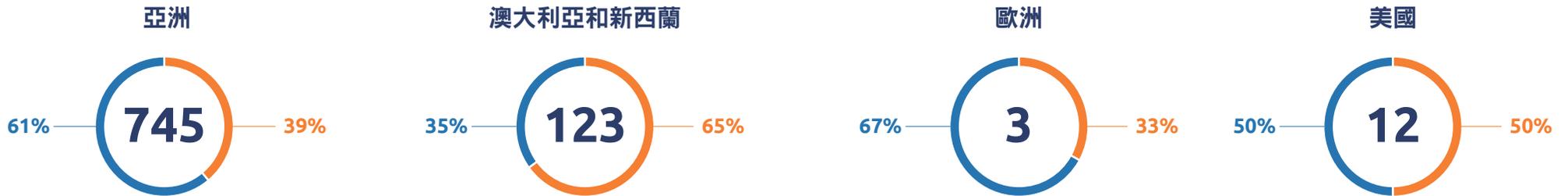

1,787

名團隊成員享受靈活工作安排。

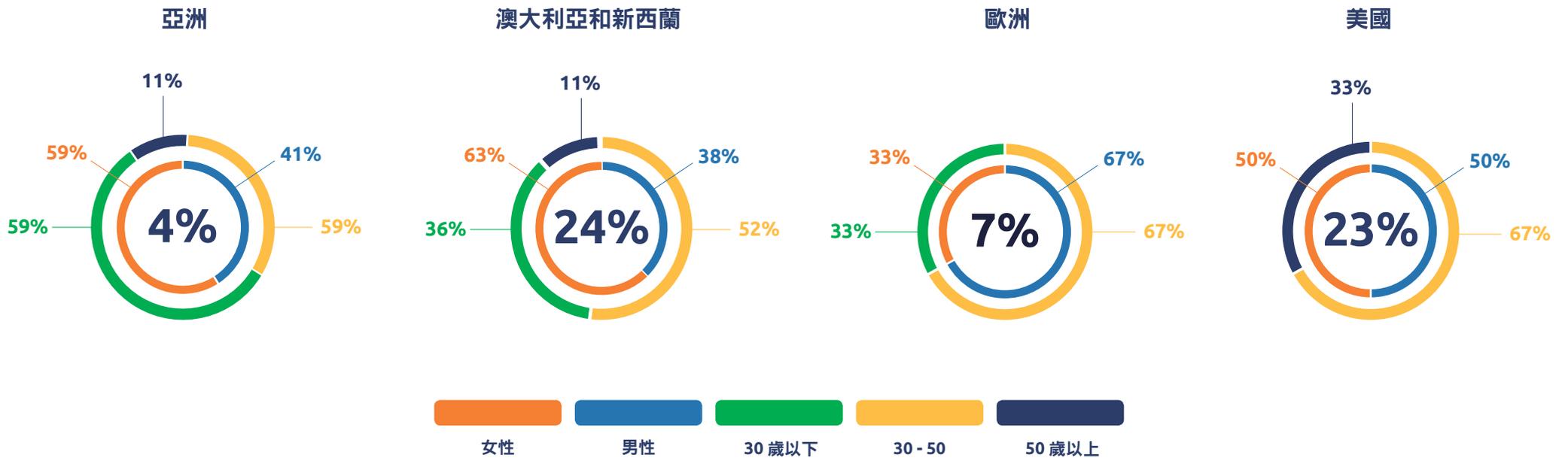
勞資談判合同覆蓋的團隊



新團隊成員



員工組成



促進澳大利亞兒童的 心理健康



六分之一的青年人都存在著心理疾病造成的嚴重社交和/或教育缺陷，即有超過一百萬的 25 歲以下人群存在這種問題。在偏遠地區和鄉村長大的年輕人極易出現抑鬱、焦慮、濫用酒精和藥物以及自殘行為。但是，針對這些問題的治療服務的普及率只有五分之一。

為解決這個嚴峻的健康和福利普及問題，悉尼科技大學 (UTS) 健康心理學部門 (HPU) 已經開展了一項鄉村教育計劃，旨在培訓學校教師並促進鄉村兒童的情感健康。HPU 是一個針對 5-25 歲存在心理健康問題的兒童、青少年和青年人的治療和研究部門。這項舉措與安東尼·基德曼基金會共同開展。基德曼一家是健合集團的老朋友。女演員妮可·基德曼是基金會已故創始人安東尼·基德曼的女兒，一直在擔任 Swisse Wellness 的品牌形象大使。

“Thrive” 計劃於 2017 年 7 月啟動，在 Swisse Wellness 的支持下，希望在 2018 年年中之前覆蓋超過 1,000 名小學生。Swisse Wellness 通過其慈善部門 Celebrate Life 基金會捐款 7,500 美元 (10,000 澳元)，用於資助該項目的啟動和第一年的運營。該基金會支持與健合集團使命一致的項目，即讓全球億萬人更健康快樂。

啟動後，Thrive 計劃見證了心理學家為澳大利亞東海岸新南威爾士僻遠地區和鄉村的 16 所公立小學的教師和職工傳授必要的技能，通過專業的培訓課程預防和管理青少年心理疾病。參與該項目的小學所在的地區人口不足 2,000 人，長期缺乏健康支持服務，尤其是針對年輕人而言。

該計劃到目前為止的進展充滿前景，與 Celebrate Life 基金會的願景相匹配：讓青年人在成長期繁榮發展，讓他們更長壽、更健康和更快樂。基金會的工作宗旨在於讓人們在營養、心理和運動這三個方面掌控自己的健康，享受終身的健康生活。

請訪問 <https://www.uts.edu.au/>，關注促進鄉村兒童情緒健康項目的進展或支持健康心理學部門(HPU)。

傳承



值得我們引以為傲的是公司的發展史：低調起步、懷揣夢想，我們憑藉專注和努力取得了成功。儘管我們的成功之路可能不同，但我們的品牌起源有著很多相似之處，我們必須把願景和企業精神延續下去并一直引領我們。

未來，我們會作為一個大家庭，團結互助堅守品牌背後的傳統和故事。

本章節涵蓋的重要議題

- 戰略、發展和整合
- 政府關係和合規
- 企業管治

承諾

- 截至 2019 年年底，可持續發展將成為董事會會議的固定議題
- 截至 2019 年年底，我們將簽署聯合國全球契約
- 截至 2019 年年底，我們會將員工手冊分發至全球的團隊以及他們所在的地區
- 截至 2025 年年底，我們將取得 BCorp 認證

重要性

在整個集團中，我們以誠信為本開展業務，確保能維持我們所服務的醫療專業人士、客戶、合作夥伴和社區的信任，同時在與利益相關方的長期來往中構建領導力和信任。

誠信經營意味著堅守我們的傳統，瞭解我們的風險和機遇，增強健合品牌影響力和清晰戰略以促進未來發展，讓政策制定者和監管機構建立一個健全且公平的運營框架，並嚴格遵守。

方針

戰略和發展

健合執行委員會制定戰略，隨後由相應的地區和/或品牌領導團隊實施並監控。

2017 年，我們一直在努力實現 2020 年目標，實現所有品牌的全球化，且淨銷售額超過 10 億美元。簡而言之，這項戰略可劃分為：

- 我們的集團使命讓四大品牌團結一致
- 所有品牌擴張至新市場和擴大銷售渠道
- 通過產品創新擴大並深化產品系列，開拓我們的產品組合
- 增強品牌影響力和消費者信任，以擴大客戶群。

根據該戰略，我們對自己品牌的定位是“優質、科學、積極向上”



2017 年，我們實現了以下成就：

BNC

中國市場嬰幼兒配方奶粉領導力企業中排名第 6¹
超高端²嬰幼兒奶粉市場排名第 3¹
嬰童店嬰幼兒配方奶粉銷售額排名第 3¹
超市嬰幼兒配方奶粉銷售額排名第 5¹
Biostime 在 2017 年的增長率達到 54.7%，在兒童和嬰幼兒益生菌補充劑市場的領導地位進一步增強³

參考文獻

1. 來源：截至 2017 年 12 月 31 日的過去十二個月的 Nielsen 市場份額數據
2. 根據 Nielsen 報告，超高端產品是嬰幼兒配方奶粉市場增速最快的板塊，促進著高端化的持續發展
3. 來源：歐睿報告
4. 基於截至 2017 年 12 月 31 日的 LTM IRI 掃描數據
5. 基於 Earlydata 的年初至今銷售數據

ANC

澳大利亞市場領導者：
16.1% VHMS 市場份額⁴
27.6% 多種維生素市場份額⁴
中國市場領導者：
阿里巴巴 VHMS 板塊排名第 1⁵

企業管治

所有地區、品牌或級別的團隊成員都有責任瞭解和遵守僱用協議中列出並在 Swisse 行為準則和合生元員工手冊中進一步闡明的適用於我們企業的相關法律和法規。

為確保團隊成員瞭解其作為集團員工的職責，不同品牌設有不同的制度來強調說明我們的預期。這些制度和程序由相應的風險管理團隊管理。我們設有集團級別的反腐敗和舉報制度，但目前只有普通話版本，覆蓋中國地區。我們計劃為所有地區翻譯這個制度，並在 2018 年結合相關培訓推廣至全球。我們會定期培訓團隊成員，並向其宣揚公司和市場中的正當行為。

我們已為員工、供應商和零售商制定了舉報不當行為的流程。我們還為中國地區建立了全面的投訴渠道，包括調查流程和問責機制。

2017 年，我們未收到針對集團旗下任何品牌的腐敗行為訴訟。

2018 年，我們在回顧集團的不同的制度後，計劃制定和推出集團層面的行為準則，並在各地區提供相應的培訓。該行為準則將涵蓋反腐敗、舉報、賄賂、洗錢和欺詐等主題。

知識產權

我們維護著中心化，集團化的知識產權及商標註冊，在外部律師事務所的支持下由集團法律部門管理。糾紛或任何其他形式的挑戰都將由他們負責解決。每個品牌還會監控市場是否存在侵犯當地知識產權和商標的情況，並及時上報問題。

隱私

所有品牌全面遵守其所在市場的法律要求。Biostime 和 Swisse 設有特定的消費者數據保護和隱私制度，並部署信息安全管理系統（合生元）或隱私官員 (Swisse) 預防違規行為以備解決事件。此外，合生元向員工提供定期培訓、開展風險評估並監測關鍵業務流程和評估系統對安全違規事件的應變力。根據澳大利亞隱私法，Swisse 客戶必須在收集數據時同意明確的條款和條件。

我們努力提升集團隱私管理方法的一致性，並提高內部對這些制度的認知。

創新



科學和創新是我們理念的重要部分，是我們作為全球領導者所不可或缺的。我們認為，研究對於解開健康之謎非常關鍵。我們投資研發活動，與全球領先的專家合作，利用合作夥伴的知識並加強我們的能力。

本章節涵蓋的重要議題

- 創新和科研合作夥伴
- 供應商合作和領導力

承諾

- 截至 2020 年年底，我們會推出 5 款新產品，幫助抵抗世界衛生組織定義的我們所面臨的可預防的健康挑戰
- 截至 2020 年年底，我們會多支出一倍費用於新產品的創新研發方面。
- 截至 2020 年年底，我們會在經營業務的每個市場與至少一位聲譽出眾的科研合作夥伴合作

重要性

科學和創新是我們企業發展和成功的催化劑。我們通過創新，實現成為行業領導者及讓人們更健康快樂的總體目標。我們消費者的健康認知在不斷改變，我們也需要順應改變來滿足他們特定的產品需求，並確保能有效、安全、方便地使用。

我們認為，研究對於解開健康之謎非常關鍵。我們投資研發 (R&D) 活動，並與世界領先的專家合作，利用合作夥伴的知識和供應鏈，加強我們的能力。我們不斷地尋找新成分和新配方，以滿足這些要求、擴大我們的產品系列、提升品牌知名度並提高市場份額。

這種方針能夠惠及我們的消費者，提供更廣泛的產品改善他們的健康，並向供應商、分銷商、員工和所有者帶來創新的經濟效益。

方針

今年將四個品牌整合為健合後，我們確定了促進業務發展的幾個重心。集團專門開發了科學和創新平台 (SIP)。包括：



益生菌



認知



美顏美容



個人健康和營養



女性健康
和妊娠



風尚營養產品

SIP 指導我們去哪裡尋找機會並推動新產品開發。我們必須利用強大的科學基礎，審視我們的長期前景和上市速度能力。這一舉措加強了科學、研究、創新、市場營銷和銷售之間的聯繫，以便我們開發更高品質的產品，為消費者提供更高的價值。

每個 SIP 將由一名平台主管和幾名關鍵全球團隊成員組成，團隊成員分別來自健合集團的各個業務部門，包括研發、創新、市場營銷、消費者與類別洞察和培訓部門。SIP 按慣常方法運作，並由一個單獨的SIP章程文件指引。

我們與領先的學術組織、高校和研究機構合作，把握健康相關科學發展的動態。2017 年在整個集團，下面緊接所合作的組織更好：

產品反饋來源於內外部的多種渠道。在內部，我們會根據需要審核產品，例如在針對我們使用的成分開展新研究時。如需詳細瞭解我們如何獲得消費者產品反饋，請參見“質量”章節。



聯邦科學與工業研究組織 (CSIRO)

聯邦科學與工業研究組織 (CSIRO) 是澳大利亞的國家科學機構，其核心目標是通過科學和研究，積極影響人們的生活。他們的所有活動旨在創造可衡量的經濟、環境和社會效益，讓我們的世界變得更加美好並提升澳大利亞在世界的地位。Swisse 與 CSIRO 的合作，能夠通過促進協作和開展互惠項目，提供相應的框架，將研究機會轉化為商業活動，通過供應鏈調查新機遇和創新。詳細瞭解下一頁的案例研究：針對女性和兒童的成功臨床測試。

我們的研發投資對於各自市場的研究行業產生了直接的經濟影響，研發結果會對健康造成間接影響。

我們的 2017 年研發支出涉及：

- 嬰幼兒營養和護理 (BNC) 研究 - 嬰幼兒配方奶粉、紙尿布和益生菌
- 成人營養和護理 (ANC) 研究 - 三種主要營養物質
- 9項臨床測試
- 生產工廠改進



斯威本大學

斯威本大學的人類精神藥理學中心是全球最大的研究天然產品、營養補充劑和其他營養干預手段的認知與情緒影響的組織。

該中心開展由政府 and 行業資助的試驗，以及由調查人員發起的研究。他們開展了史上第一個針對臨床測試期間使用多種維生素（Swisse Ultivite 多種維生素）的主觀體驗的研究。

他們的目的是瞭解神經認知變化的基本方面，並使用應用人類精神藥理學的方法，促進行為和大腦過程，並將知識用於公益事業。該中心還旨在研究天然藥物和違禁藥物對人腦的功效和安全性。



BINC

合生元營養與護理研究院 (BINC) 是一家非營利的研究組織，致力於改善全球母嬰健康。BINC 專注於研究營養、護理和心理，在瑞士日內瓦和中國廣州設有兩個世界級的實驗室。BINC 與國內外的學術團體、高校、研究院、醫院和創新企業合作，開展科學研究並定期舉辦學術活動。他們還提供研究資金和獎學金，促進母嬰健康領域的科學研究。



合生元益生菌產品獲得「國家食物與營養健康產業技術創新戰略聯盟」評選的《2017年度營養健康科技創新產品》榮譽稱號。

9 項臨床測試

2017 年研發支出
1,540 萬美元*

* 2018 年 5 月 28 日根據 98,600,000 元人民幣換算。

針對女性和兒童的成功臨床測試

1. 首次引入LPN乳清蛋白，LPN乳清蛋白有多種生理活性，參與了嬰兒免疫系統的發育與成熟。合生元聯合母乳營養與乳蛋白研究的國際領先機構和中國知名兒科醫院復旦大學兒科醫院，共同完成LPN乳清蛋白嬰兒臨床研究。臨床研究結果顯示：加入LPN乳清蛋白的配方奶粉，有助於調節寶寶的細胞因子，同時減少發熱，喂養效果更加接近母乳喂養兒。
2. 研究顯示，二分之一的女性在一生中會發生尿道感染，四分之一的女性會出現重複感染。Swisse1與CSIRO合作，完成隨機雙盲的安慰劑對照研究，調查高濃度蔓越莓對恢復性尿道感染女性患者的功效和安全性。
3. 2017年我們完成了與上海市第一婦嬰保健院、上海市東方醫院合作開展的合生元益生菌（兒童型）臨床研究項目，旨在對合生元產品的功能性及安全性進行更加系統和深入的機制研究。
4. 2017年合生元合生元益生菌（兒童型）所用菌株獲得加拿大衛生部在嬰幼兒人群食用的安全性和功能性的許可。同年，在西班牙完成的嬰兒臨床研究結果發表，進一步證明了這些菌株在嬰兒人群食用的安全性。
5. 2017年，合生元啟動了與愛爾蘭科克大學(University College Cork)聯合培養博士生計劃，旨在強化與國際一流微生物研究機構的合作、加強在人體微生物組領域的科研能力和人才培養，促進創新和新的益生菌產品的研發。

1-來源：成人尿道感染，國家糖尿病、消化和腎臟疾病研究中心。

供應鏈管理的協同方法

優質的原材料是非常珍稀的，因此我們在發現質量出眾的原材料的同時，會考慮並確保持續供應。

Isigny Sainte-Mère (ISM) 就是一家高質量的生產商。這家獨立的乳製品合作社位於法國諾曼底，是全球最頂級的有機和傳統奶製品製造商之一，產品包括奶酪和黃油以及嬰幼兒配方奶粉產品。

基於其品質和衛生標準，合作社的嬰幼兒配方奶粉是同類產品中最早在藥店出售的。

2013 年 7 月 1 日，合生元與 ISM 簽訂了戰略合作協議。這筆投資超過 6,500 萬歐元，能夠讓 ISM 建設第二座專用的奶粉生產設施，將嬰幼兒配方奶粉的年產量從 20,000 噸提高至 50,000 噸。

通過這項合作關係，合生元得以每年在中國市場出售超過 1,500 萬罐來自這家優質供應商的嬰幼兒配方奶粉。這項合作還讓這家傳統法國農業公司、其員工和家人贏得信任和投資，創造直接就業機會，每年新增 4,000 萬升的牛奶需求。

ISM 在資源效率和環境管理卓越性方面具有悠久的傳統，包括環境管理 (ISO 140001) 和能源管理 (ISO 50004，即將完成) 證書。該公司自 1998 年起開始處理自己的水源，並通過由一家法國食品製造公司生產的第一台大規模生物質鍋爐生產可再生能源。

憑藉內部研發工程師和專業現場實驗室，以及與法國國家農業研究機構 (INRA) 和卡昂大學醫學院的研究合作，該團隊持續監控並改善產品質量和功效。

這項戰略投資讓健合集團能夠有效控制自己的供應鏈，並且積極地與益生菌和嬰幼兒配方奶粉的主要成分生產商合作。嚴格的生產和勞動力標準支持著集團實現其改善所有人健康的目標。此外，作為一家獨立的乳製品合作社，ISM 的成員都是為合作社供貨的牛奶生產商，每個成員在公司決策中都有相同的話語權。這種結構可確保 ISM 牛奶供應的可持續性和質量，並為所有合作社成員提供有利的商業關係。

優質



質量乃是一切。通過卓越的質量，我們構建信任，成為人們一生的夥伴。我們在全球範圍尋找最好的原材料，確保為消費者提供最好的產品。

我們利用世界級的技術進行生產，並嚴格檢測所有產品。我們與供應商緊密合作，分享他們的故事並向消費者傳達我們的故事，尊重不同的傳統。

讓消費者對我們的優質、高端產品充滿信心。

本章節涵蓋的重要議題

- 供應鏈管治
- 質量和安全
- 道德營銷
- 供應鏈中的環境責任
- 責任採購

承諾

- 截至 2018 年年底，我們會制定出供應商行為準則
- 截至 2018 年年底，我們將通過環境和社會標準，篩選出 25% 的簽約供應商
- 截至 2018 年年底，我們將和所有新簽合同的供應商簽署行為準則
- 截至 2020 年年底，我們不會與存在侵犯人權或違反勞工標準風險的任何簽約供應商合作
- 截至 2020 年年底，我們將會為每個品牌的前 10 個 SKU 規劃價值鏈
- 截至 2030 年年底，集團內 50% 的產品類別將貼上處置說明、原產國（成分和製造商）和環境足跡標籤
- 我們將繼續在開展業務的市場全面遵守所有強制性質量要求

重要性

在健合，我們深知質量是每個人的責任。我們對質量的標準覆蓋整個價值鏈，從研發到生產、營銷和分銷、消耗以及產品的到期處置。這讓集團的品牌團結一致，指導著我們對產品、溝通方式以及合作和採購對象所制定的政策。我們對質量的承諾來自於集團核心價值觀，並深深根植於全球企業文化中。



我們的質量方針可幫助我們實現兩個核心目標：



健康意識

我們攜手志同道合的合作夥伴和供應商，打造促進全球消費者健康和幸福的產品。



人權和福利

我們努力確保，我們的業務所接觸到的個體獲得所有人應享有的基本權利和根本自由。

方針

我們對原材料的質量和產品的功效深感自豪。在健合，我們已試用並檢測所設立的質保流程，按照需要進行應用和審核。未來，我們將以簡化集團方針為目標，評估品牌特定程序的有效性。

我們的產品擁有悠久的傳統，以及成熟的質量、安全和道德營銷與責任採購方針。這些活動體現在品牌特定政策和標準操作程序 (SOP) 中，包括供應商資質和管理、主要供應商規格以及審核和批准成品供應商規格。我們的政策和程序每年都會進行審核。

質量和安全

我們的所有品牌都會主動管理其產品的潛在健康和安全性影響。我們的產品受到品牌特定的產品質量審核，檢驗監管合規性，並利用風險管理方法來確定未來檢測的優先級。這些審核會在產品上市之前的研發 (R&D) 環節完成。我們的產品在壽命期中都有可能受到顧客、監管者的詢問和反饋，並且進行抽查、審核。

消費者反饋

每個品牌的消費者問詢和投訴都會受理，我們的目標是100%回覆提供信息的消費者諮詢和投訴。我們與消費者聯繫的渠道包括在線反饋系統、專用電子郵件地址和電話熱線以及社交媒體平台。大部分問詢會受到及時處理，某些問題會上報至內部，徵求進一步意見。投訴會經過事實評估，然後通過提供信息、替換產品或退款來解決。

質量保證和召回程序

Biostime、Swisse和Healthy Times均設有質量保證流程和召回程序，定期通過模擬召回進行檢測。Biostime還設有全面的質量和食品安全管理體系。Dodie的產品類別需要滿足強制性的監管質量要求，並遵守內部保證程序。市場和產品特定的質量要求與流程是否適用於我們的品牌，具體取決於產品是否屬食品、藥物或其他監管類別。

強制性質量要求				
產品類別	澳大利亞和新西蘭*	中國	澳洲	美國
補充藥物及傳統藥物	藥物管理局(TGA) 新西蘭藥物和醫療器械安全局 (Medsafe)	中國食品藥品監督管理總局 (CFDA) 的“健康食品”類別，屬於食品、膳食補充劑或中藥 (TCM)	歐洲食品安全局 (EFSA)	美國食品藥品監督管理局 (FDA)
健康食品	澳大利亞和新西蘭食品標準 (FSANZ)			
食品				

* 新西蘭使用類別“天然健康產品”、“補充藥物”和“膳食補充劑”，且目前在與澳大利亞合作實施方案

我們的品牌採用的質量要求遠超監管標準。例如，我們的 Healthy Times 有機品牌對農業生產商有額外的指導方針，Swisse Wellness 則經過嚴格的測試和開發，提供24個月的產品保存期，超過監管要求的 12 個月。我們通過產品召回和投訴的數量，衡量質量和安全管理方針的有效性。



100%
客戶投訴回復率和
99.98%
客戶投訴解決率



收到並回復
超過137萬條
客戶問詢

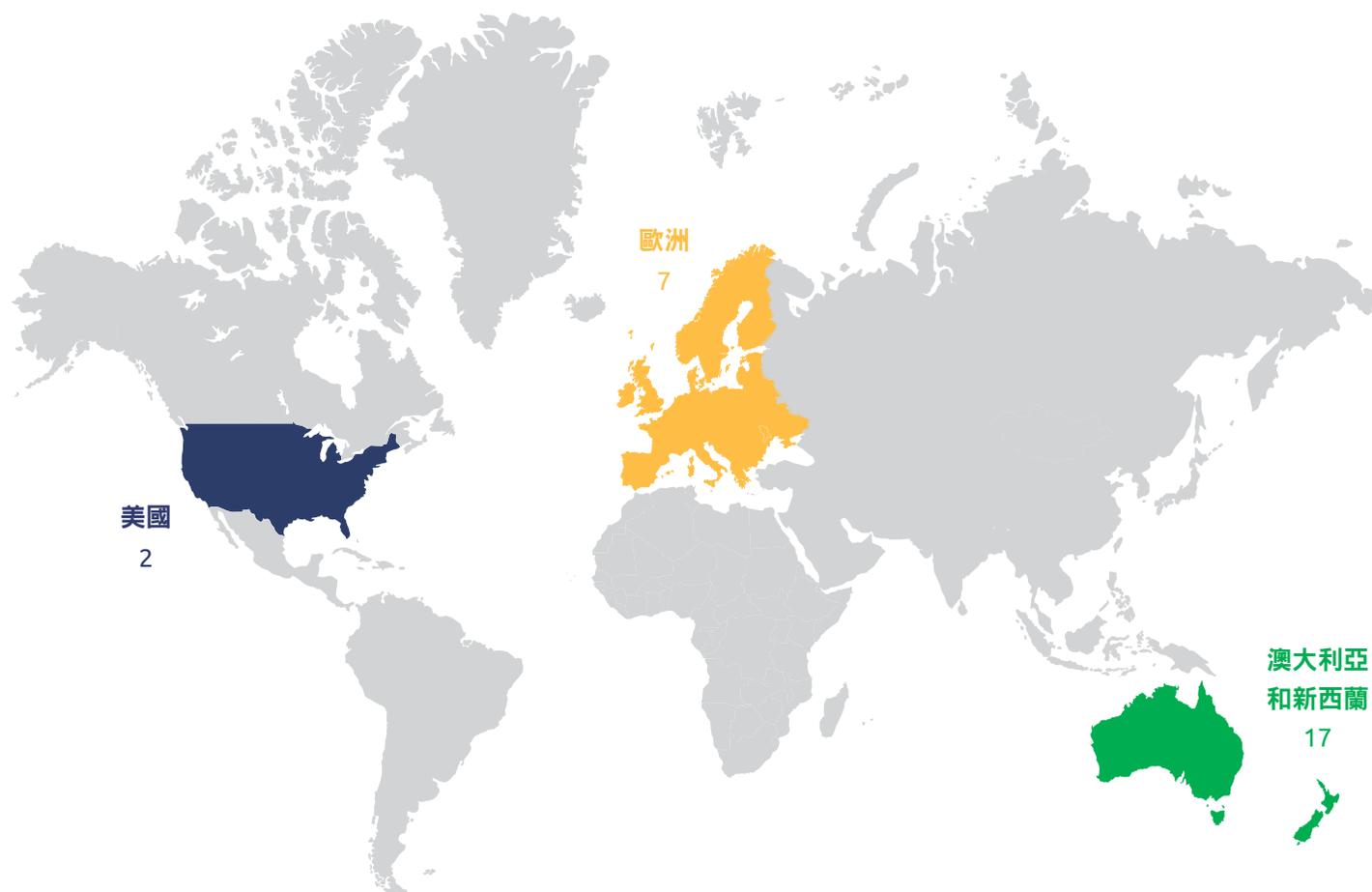


零
產品召回
(所有品牌)

供應鏈管治和責任採購

我們根據戰略目標，加強整個集團的供應鏈管治。我們保護主打產品有效成分的供應，引入可持續發展相關的考量，例如：提高工作環境透明度，以及盡可能地縮短運輸距離。在超過80%的產品來自於不到10位供應商的情況下，我們努力進一步投資和擴展這些戰略合作關係。

儘管我們的供應鏈目前未受到正式的環境、社會和管治業績審核，但我們有穩固的供應商關係，並會在供應商的行為不符合預期時相應地採取行動。我們根據行業知識和專業經驗，對品牌的供應商執行非正式的環境和社會風險篩查。另外，Healthy Times已經設立了一套社會和環境管理標準。截至2018年年底，我們會明確制定集團供應商篩查的方法，正式確立該方面的承諾。



註：我們業務外部的產品簽約製造商分佈圖

道德營銷

我們的所有主要產品類別都會受到評估，確定是否符合適用的服務信息和貼標要求。這些類別因產品種類而異，通常會歸類為食品（嬰幼兒營養和營養素補充劑）或補充藥物（例如維生素）。所有品牌全面遵守適用的法規和法律，在很多情況下，其遵守的標準甚至比這些法律法規的要求更為嚴苛。所有品牌產品均設有相關程序，確保產品聲稱都是經過嚴格驗證的。對於健康食品類產品，我們設有標籤審核和評估的機制，並會在某些市場開展第三方標籤審核。

右圖為每個品牌的產品標籤樣稿，標注出我們需要遵守的法規要求以及比其更為嚴苛要求的各個方面。



供應鏈管治和責任採購

在目前非正式的供應商篩選方法的基礎上，我們明年會引入相應的程序，記錄正式經過環境和社會表現篩查的供應商的數量。

道德營銷

我們未有違反產品信息和貼標或營銷、宣傳（包括廣告、促銷和贊助）方面的法規，我們以是否遵守法律法規，來衡量道德營銷管理方針的有效性。

質量和安全

0% 產品（出售或發貨）因安全和健康原因被召回。

針對產品和服務對健康和 safety 影響進行改進評估的類別百分比

100% Biostime

100% Swisse

40% Healthy Times

（Dodie 無可用信息）

2017年表現

範圍：

投訴包括基於個人偏好或意見的任何負面反饋或者產品不符合規定導致的違規行為。問詢包括除投訴外的任何直接聯繫。在收到消費者的確認或在合理時間內不再收到回復時，我們會認為相關投訴或問詢已解決。



超過 99% 的問詢來自我們最大的市場：中國。

上面的數據包括Biostime、Swisse和Healthy Times的四個品牌。中國和歐洲Swisse客戶的消費者問詢和投訴不通過客戶關係管理系統JIRA採集，因此不包含在這些數據內。2018年，我們會通過培訓和軟件訪問，集中該流程。Dodie正在開發相關程序，用於採集未來報告期的可比業績信息。

保護南極磷蝦及其帶來的健康益處

南極生態系統離不開南極磷蝦 (*Euphausia superba*)，魚類和藍鯨等物種均以這種微小的蝦類甲殼動物為食。氣候變化以及漁業的環境和社會經濟影響讓它們的棲息地受到威脅。除了生物多樣性價值外，磷蝦油還含有豐富的 Omega-3 脂肪酸，因此是 Swisse Wellness 和 Healthy Times 產品中的重要成分。

健合集團與其他合作夥伴，為南極野生動物研究基金 (AWRF) 提供初期資金，用於開展先進的研究，幫助解決當下有關磷蝦、其捕食者以及生態系統的科研不確定性，協助磷蝦漁業的長期管理。AWRF 協助並促進有關南極生態系統的研究，為南極自然資源管理提供更多新的知識。

自 AWRF 2015 年成立以來，健合集團便通過 Swisse 持續為消費者提供對人體有益，並經過驗證的磷蝦油產品，集團需要確保南極漁業磷蝦油來源的可持續發展。我們每年向該基金捐贈 6,479 澳元，目前支持過五個研究項目，新一輪的研究提案於 2018 年年初收到。

已完成的研究項目包括：「確定南極磷蝦的年齡及其活動」；和「磷蝦與南極半島座頭鯨、刷尾企鵝和海狗等捕食者的捕食行為相關的研究」。

我們的目的是保護磷蝦油作為產品中含有的 Omega-3 脂肪酸的優質來源的供應。Omega-3 是對細胞膜機能具有重要作用的一類“必需脂肪酸”。由於無法在體內合成，因此它們必須從食物中獲取。經驗證，Omega-3 能夠降低血脂並緩解身體炎症，這兩個因素是心血管疾病的兩大根因。這些消炎作用還可用於幫助類風濕性關節炎和糖尿病患者，越來越多的證據表明，Omega-3 對認知功能和神經退化疾病具有功效。

世界衛生組織推薦每天攝入 0.3 至 0.5 克的 Omega-3 脂肪酸 EPA 和 DHA。魚類（尤其是鮭魚、金槍魚和鱒魚等多脂魚）、甲殼類動物（包括螃蟹、貽貝和牡蠣）以及 Swisse Wellness 和 Healthy Times 補充劑中都含有 EPA 和 DHA。

訪問 <http://www.antarcticfund.org/>，關注南極野生動物研究基金的研究。

健康生活



我們的集團基石包括倡導健康的生活方式，主動引導各年齡層的人群改善健康。我們相信我們能在產品之外創造出積極的社會影響。

因此，我們與運動明星、奧運隊伍、明星、明星廚師、社團和慈善組織合作，讓他們分享健康故事並引導和激勵他人。

本章節涵蓋的重要議題

- 社區教育和健康
- 社區貢獻

承諾

- 截至 2020 年年底，我們將為健合集團基金會籌集並投資 500,000 美元
- 截至 2020 年年底，我們將通過健合集團基金會讓 100 萬人享受到健康生活

健康生活

重要性

健合集團正在引領一場健康旅程。我們選擇這個新的集團名字，是因為我們堅信：我們所做的選擇、我們的生活方式都會直接影響到我們快樂與否。我們相信，我們有責任激勵人們健康向上。我們不僅通過品牌和產品，還通過社區教育、實物支持以及資助我們認為其成果對社區具有重要性的計劃來實現這個目的。

儘管我們不提供官方政策來指導如何評估社區需求，但我們會從聯合國世界衛生組織、當地政府、非政府組織、慈善機構、合作夥伴和客戶處了解到應關注和支持社區的方面。同時，我們希望能夠與有深遠影響的項目合作。

方針

每個品牌和地區負責管理當地社區參與計劃，從篩查和治療患有先天性心臟病的中國兒童，到在澳大利亞的學校和偏遠社區普及營養知識。這些計劃主要側重於各品牌所在地區所面臨的健康挑戰。在 2017 年，社區計劃已在澳大利亞、中國和歐洲展開。

集團已建立並管理四家非營利組織，每家組織殊途同歸，實現以健康驅動的使命。

合生元母嬰救助基金



合生元在2007年攜手中國紅十字基金會共同設立的旨在救助貧困重症母嬰（媽媽和孩子）的專項公益基金—合生元母嬰救助基金。基金以合生元捐贈的300萬元善款為種子基金，同時接受社會各界愛心人士的捐款，善款統一劃入合生元母嬰救助基金賬戶。合生元同時訂立附捐協議，每售出一件產品向該基金捐出0.1元作慈善用途。

2017年，合生元母嬰救助基金幫助了424名患有嚴重疾病的貧困兒童和母親，合生元捐贈了2,588,999元人民幣。請參見下一頁的案例研究，詳細瞭解其中一項計劃。

Celebrate Life 基金



Celebrate Life 基金會 (CLF) 由 Swisse Wellness 成立，旨在緩解澳大利亞可預防疾病的增長趨勢。我們圍繞三個健康支柱（心理、運動和營養），通過推廣、教育和行動實現這個目的，並籌集資金。2017年，我們向社區捐贈 280,000 澳元，通過心理疾病研究以及給吃不上午餐的學校學生派發午餐，直接影響超過 5,800 人以上。請參見第 31 頁的案例研究，詳細瞭解其中一項計劃。

合生元營養與護理研究院 (BINC)



合生元營養與護理研究院是一個非營利性的學術研究組織，聚焦於營養、護理、心理等研究領域，致力於為母嬰健康提供綜合解決方案。研究院擁有權威專家作為學術顧問，並建立了多學科的研究團隊和世界一流的科研平臺。通過與國內外專業學會、高校、研究所、醫院、創新型企業等單位合作，研究院積極開展科學研究，並定期開展學術研討、專家訪談等學術交流活動。此外，研究院還設立了多項科研基金及獎學金，力求推動母嬰健康研究的發展。

2017年，BINC在中國撥款 100 萬元人民幣用於研究。

BINC 日內瓦於今年成立。從2018年起，該組織將針對歐洲高校、醫院和其他學術研究機構的獨立科學研究項目進行資助。研究資助旨在為嬰幼兒腸道菌群、過敏、嬰幼兒大腦發育、皮膚菌群、嬰幼兒肥胖和產後憂鬱等領域的創新研究項目提供資金支持。

在通過對社區施以最大影響的同時，我們還會提供各類專設捐贈、協調活動並創造與社區的接觸點，提供支持和教育。例如，我們在澳大利亞的營養師每年回復超過 11,000 條消費者問詢。

“天使之旅” 先天性心臟病兒童救助項目



2017 年是合生元母嬰救助基金成立第 10 年。該基金主要旨在救助貧困重症母嬰（媽媽和孩子）。

該基金與中國紅十字基金會聯合成立，旨在幫助貧困家庭中患有嚴重疾病的母親和兒童，同時推廣健康意識。

“天使之旅”是合生元母嬰救助基金幫助貧困先天性心臟病兒童的重要項目。其主要目的是篩查和治療中國貧困地區患有先天性心臟病的兒童。先天性心臟病是最常見的出生缺陷，早期症狀通常很少，甚至無症狀，特別在貧困地區，難以檢測和診斷，導致患兒錯過最佳手術時期。在及時檢測診斷的情況下，多數患兒能通過手術治癒。合生元母嬰救助基金在該項目中有以下舉措：

- 向近 200,000 名兒童提供免費心臟病篩查
- 資助 239 名兒童成功進行手術和治療
- 提供超過 440,000 美元（人民幣 2,791.874 元）用於手術治療

2017 年，天使之旅騰訊公益聯合推出獨家活動「合你同心」救助先天性心臟病兒童線上眾籌項目。該活動讓用戶在微信運動應用中捐獻自己的步數，由合生元母嬰救助基金為先天性心臟病兒童配捐。這項舉措籌集近 80,000 美元（人民幣 50 萬元），全中國共有 700,000 名用戶參加。在「騰訊公益—99 公益日」活動中，發起了「心會跟愛一起走」公益眾籌活動，這項舉措籌得額外 32,000 美元（人民幣 208,218 元）讓天使之旅能夠得到更充足的資金支持。

除了公益眾籌之外，合生元母嬰救助基金主要通過出售合生元產品籌集（每出售一款產品捐贈約 1.5 美分或人民幣 0.10 元），這讓合生元的客戶能夠參與這場慈善活動。

自 2007 年成立以來，該基金共籌集超過 480 萬美元（人民幣 3,080 萬元），幫助了超過 1,584 名患有嚴重疾病的貧困兒童和母親。該基金的成功在第七屆中國公益節上受到認可，榮獲“2017 年責任品牌獎”。

全球公民



我們關心。這深深植於我們的所有品牌和員工的基因中。我們是自豪的全球公民。建立信任並制定可持續的決策已深入人心，我們與社區共同創造積極的社會影響，同時瞭解並努力降低我們的環境足跡。

從種植原料的農民到科學家再到支持我們產品的名人大使，與我們合作的團隊都對自己的工作充滿熱情。

我們的社區工作不僅是為了展現我們的信念和價值觀，同時也是對我們生活和工作的地區的投資。

本章節涵蓋的重要議題

- 能源和排放
- 廢棄物管理和包裝
- 水資源管理
- 空氣質量
- 運營的環境管理

承諾

- 截至 2018 年年底，我們會中和 100% 的範疇一和範疇二的溫室氣體排放（碳平衡運營排放物）
- 截至 2019 年年底，我們將從環境（可再生材料、可回收性、可循環材料）方面完成所有產品包裝的審核
- 截至 2019 年年底，我們將使用來自廢棄物流的原料生產三種產品
- 截至 2020 年年底，我們將減少 20% 的廢棄物
- 截至 2020 年年底，我們會加倍保護我們最關鍵的原料的生態系統（以 2017 年為基準）

重要性

我們是全球公民，致力於服務母親、嬰兒和家庭並為後代保護地球。我們的可持續發展戰略將資源和氣候定為管理的核心要務。我們希望高效利用資源並應對氣候變化，保護我們的環境。我們的願景是：

- 高效利用資源
- 關注自己的碳排放量
- 有意識地減少排放物
- 力求實現經濟增長的同時，參與可持續採購實踐
- 保護我們獲得原材料的生態系統

在存在特定空氣問題的中國，空氣質量對於我們的利益相關方尤為重要。我們的直接運營不會產生大量的大氣污染物，因此該方面的關注不會顯著影響到我們所在地區的總體空氣質量。



在所在管轄區全面遵守
所有排放、廢棄物和
環境相關的法律法規



我們根據 GHG 協議制定了
首個碳排放量管理標準，
並審核了從 2016 年報告期
開始的排放邊界



Swisse Wellness 是國家碳
補償標準 (NCOS) 認證的
碳平衡企業



我們在 2017 年的碳排放量為
29,560
噸 CO₂ 當量

我們在 2017 年中和了集團
的範疇一和範疇二的溫室氣
體排放，實現碳平衡。

方針

我們正努力使我們的資源管理和排放的方法標準化並規範化，並為供應鏈設立優先選擇方法。其中包括評估有效性的機制、資源提供計劃和適用的申訴機制。

在內部……

我們認識到，我們的運營會產生環境足跡，我們努力盡可能降低自身的影響。我們的品牌全面遵守所有相關法律和法規，通過自己的環境政策和標準操作程序 (SOP) 設立運營預期。這些內容會定期受到審核和必要修訂，並且在 2018 年需要通過集團級別的回顧和簡化流程。

我們的主要關注點包括工廠和倉庫（長沙、悉尼、墨爾本和廣州）的噪音、大氣污染物和廢水等環境污染，以及辦公室的資源效率。這些方面由內部倡議以及採購指南中的一些正式和非正式規定（例如 Swisse Wellness 對碳平衡產品供應的偏好）來支持。

在外部……

我們面臨著與租賃物業的能源、水和廢棄物相關的採購決定方面的挑戰，因為這些挑戰通過由我們的業主進行管理。無論其是否受管理，我們採購團隊的決策通常都會基於成本，目前集團標準不包括環境考量。我們發現，本報告的數據採集過程幫助我們識別出了需要改善之處，並將有助於我們確定改善的優先級，以使流程更加合理。

我們會在 2018 年制定供應商行為準則和強制性供應標準。該準則將涵蓋各類社會和環境考量，並為所有新供應商設立預期。我們的目前實踐舉例如下：

排放、污染和廢棄物

今年，我們首次擁有綜合可持續發展團隊，負責監控集團的空氣和溫室氣體排放。由於根據碳足跡評估，因而我們可以承諾在2017年實現範疇一和範疇二溫室氣體排放的碳中和。

碳排放不作為一個整體進行管理，而是將其分解為廢棄物、用電和用水等部分，由區域或辦公室經理管理。

我們旨在監控回顧排放情況以及來年可能的減排機會和目標。

Swisse Wellness 管理、衡量並自願補償公司碳排放量，每年獲得澳大利亞國家碳中和標準(NCOS) 的碳平衡認證。

我們位於中國長沙的生產設施會產生直接溫室氣體排放（範疇一）；其他排放物和廢棄物則由第三方處理。除了在這些方面全面遵守當地法律法規外，我們還發現了廢棄物數據的不足，我們會在下一個報告週期處理該議題。

我們的廢棄物流則全面根據地方法律法規管理，我們的廢棄物處置承包商擁有相應的資質和認證。

Swisse Wellness 是澳大利亞包裝公約 (Australian Packaging Covenant) 的簽約成員，這項共同監管計劃旨在降低包裝對澳大利亞環境的有害影響。補充點擊的鏈接可查看最新的產品包裝減少進展年報。

空氣排放

我們的全球設施不會向空氣中排放過量（需要國家法律法規監管）的氮氧化物 (NO_x)、硫氧化物 (SO_x) 或其他有害或無害的污染物，我們的空調和商業冰櫃也不會大量使用製冷劑。

環境和自然資源

我們的品牌通過各類方法識別和管理環境影響，因此我們的生產和物流設施所遵循的協議與辦公室有顯著的差異。我們的生產設施全面遵守噪音、特定物質（粉塵）以及化學污染物和排放物方面的地方法律和法規，受到《2017 年環境標準政策 - 水、空氣污染和噪音》的管治。我們的員工遵守保護其健康和安全的協議。我們深知，我們最大的環境影響來源於生產產品的資源。我們已設立目標，審核和確立可持續採購實踐，納入強制性的環境績效標準。Healthy Times 一直是有機和可持續產品領域的開拓者，也是我們內部的靈感來源。我們的優質原料讓我們的產品與眾不同；很多主打產品中的有效物質（例如蔓越莓、磷蝦油和海藻）所生長的生態系統非常脆弱。我們在戰略上有意通過合作關係和長期合同保障供應，我們旨在成為自身獲取原料的生態系統的環境管理者。

材料、能源和水

法律要求和管理方法在品牌和市場之間各有差異。能源和水的消耗是集團的一個重心，我們最大的辦事處和設施已實施包括監控和推廣舉措在內的能效措施。

水管理舉措尚未在各區域開展，但我們會以我們的製造點為中心，規劃用水方針。

2017 年表現

健合集團承諾全面遵守與環境和環境污染物、空氣和溫室氣體排放、水和土壤污染物以及有害和無害廢棄物生成相關的法律法規。
2017 年未出現違規事件。



水

13,879 kL

總耗水量
(從商業或市政供水公司購得總量)

5.24 kL

每 FTE 的耗水量*

在所有地點，我們未遭遇需尋求合適水源的問題。



溫室氣體排放

**29,561 噸
CO₂ 當量**

總碳排放量
(範疇一、範疇二和指定
範疇三溫室氣體 (GHG) 排放)

範疇一	15,115
範疇二	12,220
範疇三	2,226
總計	29,561

商業碳足跡
(辦公地點的平均值)

**17,072 噸
當量**



每 FTE 的排放*

**13.46 噸
當量**



工業碳足跡
(我們的製造和物流設施的平均值)

**12,489 噸
當量**



各地區的排放

亞洲	26,642
澳大利亞和新西	2,748
北美洲	123
歐洲	48

Swisse Wellness 是經 NCOS 認證的碳平衡企業。2016/17 澳大利亞財年至 2017 年 6 月 30 日的碳排放已中和；其餘將在財年結束後的下一個審計周期中和。

這是我們的第一個集團碳足跡統計，並將作為未來業績評估的基線。我們的設施不排放生物源溫室氣體。

*FTE 指全職員工

今年實施的能源和能效舉措包括：



中國、澳大利亞和美國的
節能照明裝置



天然氣鍋爐取代低效率的
蒸汽鍋爐（長沙）



安裝高效自動空調控制系統
（廣州）以及改進自動空調
控制系統（長沙）



改善生產效率，縮短設備
作業時間（廣州、長沙）
我們會在未來的報告中
呈報能源節約量

廢棄物 廢棄物生產總量： 2,347 噸

	無害廢棄物 (噸)	有害廢棄物 (噸)
總計	1,707.02	640.00
各設施平均值	142.25	53.33
重複使用	1.00	
回收	920.20	
堆肥	0.20	
填埋	785.62	640.00

註：有害廢棄物的定義以所在地區的國家法規為準。集團內的廢棄物處置辦法各有不同，我們面臨着量化廢棄物數量以及所有品牌（Swisse 除外）對廢棄物處置方法的挑戰。因此，上述數據無法代表整個集團，我們會努力在下一個報告期提供完善的信息。

能源 直接和間接能源消耗

	總 kWh (單位：千) 每 FTE 的強度 (單位：千)	
電力	9,260	6.652
液化石油氣 (LPG)	21	0.014
石油	26,379	18.951
柴油	26	0.018

註：我們不消耗任何天然氣、生物燃料、甲醇、油或煤炭，我們沒有有關可再生電力的數據。

環境和自然資源

報告期內的唯一一套完整的包裝數據為 Swisse 的數據，因此下列信息僅與 Swisse 相關。2018 年，我們將規劃相應的解決方案，收集和處理包裝，並使其對環境更加好。我們的重心是在包裝中使用更具可再生性和/或可回收性的材料，同時減少單位用量。

145,360 噸

我們的成品中使用的總包裝材料

423 噸

每 FTE 的包裝材料

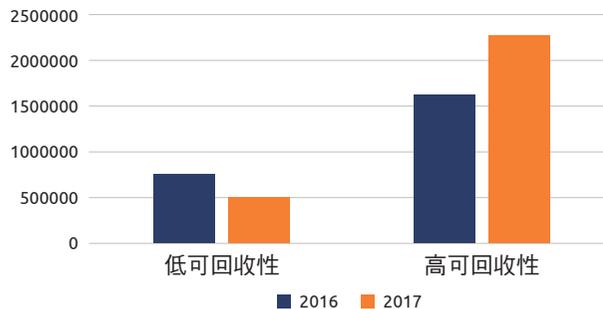
Swisse Wellness 於 2012 年簽署澳大利亞包裝公約 (APC)，此後每年呈報其進展。APC 的可持續包裝指南有助於包裝的設計、製造和壽命管理，滿足市場對於性能和成本、消費者保護以及環境保護的預期。我們到目前為止的成就包括：

憑藉會員資格，我們能夠在報告期內對包裝改進開展下列評估。

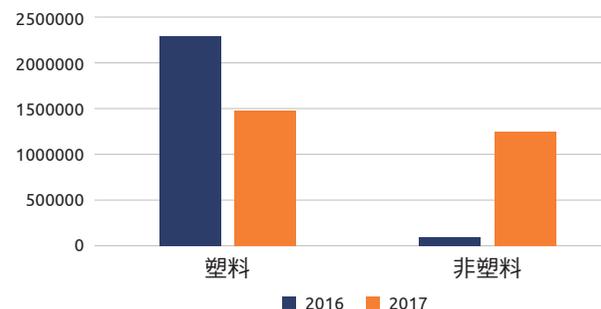
儘管我們的包裝材料總量增加了 16%，但其比例小於在相同 12 個月內的業務增幅 (27%)。除此之外，我們：

- 使用 APC 的可持續包裝指南 (SPG) 審核 100% 的現有和新包裝
- 設立現場回收系統，回收二手包裝並收集有關廢棄物成果的定量數據
- 2016 年採用基於 APC 指南的“Buy Recycled”（購買可回收產品）政策
- 為 Swisse 製造和包裝產品的所有澳大利亞第三方均加入澳大利亞包裝公約。
- 在包裝中使用更多可回收性更高的材料，大量減少可回收性較低的材料，將塑料使用總量降低了 35%，將可回收材料提高了 39%
- 通過使用更多可再生材料，大量減少不可再生材料，將可再生材料提高了 1,472%

可回收性更高的包裝



減少塑料使用





關於我們方法的說明

我們調查了健合集團12個具有代表性的工作地點，包括在不同國家/地區的組織以及不同的組織類型，例如倉庫、工廠或辦公室。數據體現了集團所使用的資源總量（包括電、天然氣和水）以及所產生的廢棄物總量。由於排放源的差異，調查結果經過單位換算後進行統計，並在統計中使用了適當的排放系數。若某項數據統計不足，例如缺少廢棄物處理重量，那麼我們則會以其他類似工作地點的計算為依據，進行必要的推測。

數據統計過程中使用的排放系數來源於工作地點所處國家/地區的公開文件，包括 National Greenhouse and Energy Reporting (Measurement) Determination 2008（澳大利亞）、Ministry for the Environment Guidance for Voluntary Greenhouse（新西蘭）和 DEFRA GHG Conversion Factors 2016（英國）。在沒有排放系數規定時，如廢棄物排放，我們則會設定適當的替代系數。我們設定材料全部再用和回收，排放系數為0，並謹慎設定廢棄物全部為填埋處理。廢氣統計包括CO₂、CH₄和N₂O。

完成代表性工作地點調查並建立完整清單後，我們在整個健合集團中進行了數據推測。我們的方法是先計算出單位全職員工數的排放密度，再擴展到整個集團。推測過程考慮了代表性工作地點所在的國家以及組織的類型。健合集團工作地點所在的國家包括澳大利亞、中國、法國、美國和英國，組織類型包括工廠、倉庫和辦公室。在某些情況下，特定組織類型和國家/地區的數據不足以計算推測的適用係數。在這些情況下，則使用文化相似的國家/地區和相同的組織類型推算替代係數（例如，將澳大利亞辦公室替代英國辦公室）。總體上，98% 的清單推測基於完整調查結果，剩餘 2% 則基於使用相似國家/地區的替代係數得出的估算值。

種下 1,000 棵樹， 讓明天更健康快樂

2017 年 3 月 21 日國際森林日，Swisse 資助 Carbon Neutral 種植了 1,000 棵澳大利亞原生喬木和灌木。這次種植活動有助於保護植物多樣化，幫助維持生態平衡。

為確保在 Yarra Yarra 生物多樣性走廊實現碳中和，Carbon Neutral 開展了各類手栽籽苗和直接播種活動。

碳重點物種是指成熟後高度超過兩米的植物，通過在其木莖、樹枝和樹根中封存碳，對當地的碳庫有着顯著的益處。這些植被主要是耐旱型桉樹和木莖刺槐物種。栽種這些具有一定碳封存能力的植物能夠控制植物的密度和位置。

除了能夠封存大氣中的碳，所種植的這些植物還有助於減少鹽度、水和土壤侵蝕，為瀕危的卡納比風頭鸚鵡、眼斑冢雉以及其他瀕危的動植物提供棲息地。

種植地是全球僅有的 35 個公認的生物多樣性“保護區”之一。“保護區”僅佔全球土地面積的 2.3%，卻養育著全球超過一半的不可取代的瀕危多樣性生物。

此次活動共種植了多達 50 種不同的地方物種，所有植被都受到 100 年碳權利和碳公約 (Carbon Rights and Carbon Covenant) 的保護，確保這些植物在長時間內不會遭到砍伐。Swisse 購買的植物屬於 Yarra Yarra 生物多樣性走廊，這裡超過 90% 的原生動物已經消失。

附錄



重要議題	定義	界限
健康和安	創造支持政策、程序以及支持健合員工及其合作夥伴的環境，主動管理健康和安風險以及事故。	員工、供應商、運營
多元化和包容性	接納並包容員工的多元化，同時積極影響當地社區的多元化和包容性議題。	員工、社區
培訓和發展	為集團的員工提供一致的培訓和發展機會，確保健合品牌能夠回答社區有關產品益處的問題。	員工、社區
福利、文化和互動	創造和維持統一的集團文化，整合健合的使命和健康價值觀，接納並包容不同地區和員工的多元化。	員工、企業
薪酬和工作場所	為集團的所有員工提供一致、公平且優厚的薪酬以及工作條件。	員工、社區
企業管治	集團企業管治擁有一致的目的，每個品牌和地區設有支持戰略、政策、領導力和系統。	企業、運營
戰略、發展和創新	整合健合品牌，以全球規模發展天然和有機高端產品市場。	企業、運營
政府關係和合規	積極參與政策討論，並在所有級別代表行業與政府往來，確保監管合規性。	企業、運營
創新和科研合作伙伴	開展研究和創新合作，改善並實現天然和有機高端產品的全部潛能。	企業、運營、研究合作伙伴、消費者
供應商合作和領導力	與供應商合作，改善供應鏈的可持續發展並追求效率。	供應商、所有品牌運營
質量和安	確保產品對消費者的安全性以及最高品質	供應商、運營、消費者
供應鏈管治	確保設立供應鏈政策、系統和流程（包括審計和跟蹤系統），管控整個集團的供應鏈，並納入反映健合重要議題的可持續發展標準。	供應商、企業
責任採購	管理和改善整個供應鏈的人權、現代勞工、童工和相應的工資議題。	供應商、社區
道德營銷	研究並傳達產品的效果和益處。	運營、研究合作伙伴、消費者
供應鏈中的環境責任	與供應商合作，改善環保成效、盡可能減少負面的環境影響並尋求積極的影響。	供應商
社區貢獻	支持並攜手當地社區，達成健合的使命。為社區提供就業機會並實現總體發展。	社區
社區教育和健康	為消費者和當地社區的教育和健康助力。	社區、消費者
能源和碳排放	盡可能減少健合運營的碳足跡	運營、環境
空氣質量	通過供應商和健合的運營，盡可能減少中國和香港的大氣污染物排放	供應商、運營、環境
運營環境責任	健合管理並降低其運營的環境影響	運營
廢棄物管理和包裝	與供應商合作，重新設計包裝材料以減少廢棄物、促進回收並從更加環保的來源獲取材料（合規要求允許的情況下）。	供應商、研究合作伙伴、環境
水管理	盡可能降低運營和供應商對水資源的依賴，確保徑流質量不對人類健康和環境構成風險	供應商、運營、環境

GRI 披露	披露說明	章節	HKEx ESG 報告指南
102-1、102-2、102-3、102-5、102-11、102-45、102-46、102-49、102-50、102-51、102-52、102-53、102-54	一般披露	關於本報告	
102-7、102-10	組織規模	健合集團2017年表現	
102-4、102-6、102-8、	運營地、服務的市場、有關員工和其他勞工的信息	偉大的團隊	
102-9	供應鏈	我們的價值鏈概述	
102-13	辦會會員	我們主張的理念	
102-14	高級決策者聲明	首席執行官致辭	
健康和 safety			
103-1、103-2、103-3	管理方針	人 > 重要性和方針	B2、B2.3
403-2	受傷類型和受傷率、損失的工作日以及與工作相關死亡事故數量	人 > 工作健康和 safety	B2.1、B2.2
多元化和包容性			
103-1、103-2、103-3	管理方針	人 > 重要性和方針	B1
405-1	管治機構和員工的多元化	人 > 2017年業績	B1.1
培訓和發展			
103-1、103-2、103-3	管理方針	人 > 重要性和方針	B3
404-1	每年每位員工的平均培訓時長	人 > 培訓和發展	B3.1、B3.2
福利、文化和互動			
103-1、103-2、103-3	管理方針	人 > 重要性和方針	B1
102-16	價值觀和健康舉措	人	
薪酬和工作場所			
103-1、103-2、103-3	管理方針	人 > 重要性和方針	B1、B4、B4.1、B4.2
102-8	有關員工和其他勞工的信息	人	B1.1、B1.2
102-41	勞資談判合同	人	

企業管治			
103-1、103-2、103-3、102-15	管理方針	傳統 > 重要性、方針和企業管治	B7、B7.2、B6.3、B6.5
205-3	已確認腐敗事件和採取的行動	傳承 > 企業管治	B7.1
戰略、發展和創新			
103-1、103-2、103-3	管理方針	傳承 > 重要性和方針	
201-1、	產生和傳播的直接經濟價值	傳承 > 方針	
其他	戰略舉措的定性披露	傳承 > 方針	
政府關係和合規			
103-1、103-2、103-3	管理方針	傳承 > 重要性和方針	
201-4	政府提供的財務援助	—	
415-1	政治捐贈	—	
創新和科研合作伙伴			
103-1、103-2、103-3	管理方針	創新 > 重要性和方針	
201-1	產生和傳播的直接經濟價值	創新 > 方針	
203-2	顯著的間接經濟影響	創新 > 方針	
其他	健全的創新和對科學的倡導	創新 > 方針	
供應商合作和領導力			
103-1、103-2、103-3	管理方針	創新 > 重要性和方針	B5
414-1、308-1	使用社會和環境標準篩選的新供應商	質量 > 供應鏈管治和責任採購	B5.1
質量和安全			
103-1、103-2、103-3	管理方針	質量 > 重要性和方針	B6、B6.4
416-1	針對產品和服務類別的健康和安全影響的評估	質量 > 方針、質量保證和召回程序，	B6.1、B6.2
416-2	有關產品和服務的健康和安全影響的違規事件	質量 > 2017 年業績	B6.1

供應鏈管治			
103-1、103-2、103-3	管理方針	質量 > 重要性和方針	B5
414-1、308-1	使用社會和環境標準篩選的新供應商	質量 > 供應鏈管治和責任採購	B5.2
102-4	供應鏈管理	質量 > 2017 年業績	B5.1
責任採購			
103-1、103-2、103-3	管理方針	質量 > 重要性和方針	
414-2	供應鏈的負面社會影響和採取的行動	質量 > 供應鏈管治和責任採購	B5.2
道德營銷			
103-1、103-2、103-3	管理方針	質量 > 重要性和方針	
417-1	產品和服務信息與貼標要求	質量 > 道德營銷	
417-2、417-3	有關產品和服務信息與貼標的違規事件	質量 > 道德營銷	
供應鏈中的環境責任			
103-1、103-2、103-3	管理方針	質量 > 重要性和方針	A3
308-2	供應鏈的負面環境影響和採取的行動	質量 > 供應鏈管治和責任採購	A3.1
社區貢獻			
103-1、103-2、103-3	管理方針	健康 > 重要性和方針	B8、B8.1
413-1	運營與當地社區互動、影響評估以及發展計劃	健康 > 方針	B8.2
社區教育和健康			
103-1、103-2、103-3	管理方針	健康 > 重要性和方針	B8、B8.1
413-1	運營與當地社區互動、影響評估以及發展計劃	健康 > 方針	B8.2
能源和碳排放			
103-1、103-2、103-3	管理方針	全球公民 > 重要性和方針	A1、A1.5、A2、A2.3、A3、A3.1
305-1	直接溫室氣體排放	全球公民 > 2017 年業績	A1.1、A1.2
	資源利用	全球公民 > 2017 年業績	A2.1
	環境和自然資源	全球公民 > 2017 年業績	A3.1

空氣質量			
103-1、103-2、103-3	管理方針	全球公民 > 重要性和方針	A1、A1.5
305-7	“氮氧化物 (NO _x)、硫氧化物 (SO _x) 和其他主要空氣排放物”	全球公民 > 2017 年業績	A1.1
運營環境責任			
103-1、103-2、103-3	管理方針	全球公民 > 重要性和方針	A3
307-1	違反環境法律和法規的事件	全球公民 > 2017 年業績	
廢棄物管理和包裝			
103-1、103-2、103-3	管理方針	全球公民 > 重要性和方針	A1、A1.6、A2
306-2	各類型的廢棄物和處置方法	全球公民 > 2017 年業績	A1.3、A1.4
	資源利用	全球公民 > 2017 年業績	A2.5
水管理			
103-1、103-2、103-3	管理方針	全球公民 > 重要性和方針	A2、A2.4
303-1	各來源的取水量	全球公民 > 2017 年業績	A2.2

2016 年重要議題：

合規
 風險管理和內部控制
 反欺詐機制
 運營合規性
 勞工標準合規性
 消費者信息保護
 知識產權保護
 營養和健康
 多元化產品

供應鏈管理
 100% 生產管理
 產品跟蹤系統
 全方位市場通訊
 員工關愛
 人才價值
 員工結構
 員工健康和
 安全
 反歧視

員工福利
 內部通信渠道
 員工培訓和發展
 低碳環境
 減排
 節約資源
 綠色包裝
 社區和慈善
 研發投資