



2022年度企业公民责任报告

摘要

致各位伙伴

尊敬的各位伙伴：

在宝洁，我们一直强调平衡增长与价值创造的重要性。尽管这一直是我们工作的重中之重，但现在宝洁需要为全球发展贡献更多力量。我们不仅要实现销售额与利润的平衡增长，更要努力满足包括消费者、零售客户、员工、社会和股东日益增长的需求。各方群体的需求我们都必须满足。

我们在环境、社会和公司治理(Environmental, Social, Governance, 简称ESG)领域为企业公民责任所付出的努力更是如此，因为各方伙伴对企业公民责任的期望都在不断提高。

消费者期望我们能提供卓越的可持续解决方案。世界也需要我们在这方面贡献自己的力量。这既是挑战，也是机遇，

我们可以借此增强自身的优势，进一步扩大品类，创造更多价值。我们在气候、废弃物、水和自然领域开展努力，以改善我们对环境带来的影响，帮助消费者减少碳足迹，并助力社会解决一些最紧迫的全球性挑战。

我们致力于创建一个平等、多元和包容的公司及企业文化；因为在这样的公司和企业文化氛围中，可以迸发出绝佳的创意并促成优秀的创新成果，以赢得消费者和客户并满足他们的需求。当我们在各个层面都拥有多元化的优秀人才，并为每个人提供可以充分展现自我的企业文化氛围时，我们就能实现上述目标。对外，我们与业务伙伴以及所在社区携手合作，为旨在促进平等和包容的项目提供支持，不仅因为这是正确的做法，更因为它能促进更多人的收入和财富平等，创造更多购买力，从而推动市场增长。



JON R. MOELLER

宝洁董事会主席
总裁兼首席执行官





企业公民责任是我们在环境、
社会和治理(ESG)领域所做的努力。
我们已经将企业公民责任意识融入到日常工作的方方面面。

我们在世界各地的社区为有需要的人们提供支持，这是我们直接为社区带来积极影响的最切实方式之一。我们不仅向有需要的人们提供清洁用水、捐赠产品，还投入时间和资金，帮助他们改善生活。这些行动以及我们在企业公民责任方面所开展的其它工作也是宝洁员工重视并引以为豪的一部分，有助于我们吸引和留住优秀人才。

185年来，宝洁企业文化的基石始终是我们的宗旨、价值观及原则。这也为每位宝洁员工确立了一个高标准，它要求我们所有人对结果负责，而且同样重要的是，为实现这些结果的方式负责。去年，我们在年度高管激励薪酬计划中增加了ESG因素，这表明了我们对于取得短期ESG进步、着眼长期ESG目标的坚定态度。欲了解我们在ESG领域工作的最新数据和相关报告，敬请登录我们的网站。pginvestor.com。

在这个日益复杂的世界，我们不仅要平衡销售额和利润，更要努力平衡消费者、客户、员工、社会和股东的需求。服务并平衡这些需求并非易事，但这是必须要做的。这一点做得越好，企业就越能取得成功，我相信宝洁就是这样的企业。

Jon R. Moeller

宝洁董事会主席
总裁兼首席执行官

深受鼓舞、感受到自我价值并不断成长

履行企业公民责任离不开公司全体员工的共同努力。我们的项目帮助激励宝洁员工让他们感受到自身的价值，看到回报，并在开拓业务和帮助所在社区居民改善生活的同时不断得到成长。[了解更多信息。](#)



“在宝洁，我有很多机会，可以利用自己的专业知识和工作热情来参与创新战略的制定，为实现‘使命2030’可持续发展目标和‘净零2040’可持续发展目标提供助力。”

Jay 环境管理部门



“我非常自豪能够加入宝洁这样的协作型公司，与科学技术领域的各方面专家并肩工作！通过深受信赖的品牌，我们用突破性的创新成果，为全球消费者提供价值，并推动业务增长。”

Judson 项目领导部门



“我喜欢与充满热情的人共同创造可持续的创新，推动增长，进而影响整个消费品行业。”

Ali 研发部门



“我认为业务决策从本质上看是环境决策。业务方面，只要能周到的考虑创新优先性、材料使用以及与合作伙伴的日常合作，我们就能帮助改变世界。”

Coral 品牌管理部门



“OLAY推出易开盖设计，为有时未能被照顾到的残障人士带来了有意义的影响。看到这个设计让消费者们兴奋不已，我也为之动容，这就是如此热爱这份工作的原因。”

Hannah 分析与洞察部门



“参与宝洁旗下旨在促进平等与包容的项目并与全心投入的同事和领导共同创造一个更平等的企业乃至更平等的世界让我深受鼓舞，也激励着我每天为此做出更多努力！”

Ezgi 企业传播部门



“在加入宝洁之前，我曾在一家管理混乱的公司实习。来宝洁工作激发了我的积极性，因为公司和身边的同事在工作中都遵循较高的道德标准。”

Seonho 财务与会计部门



社区影响

我们坚持做正确的事情。致力于成为社会一股向上和向善的力量。
这是我们的员工和品牌每天行善举，帮助社区发展的原因。

社区影响

“长久以来，宝洁通过提供满足人们日常清洁、健康和卫生方面需求的优质品牌和产品，来服务消费者、支持员工发展，并帮助我们生活的社区应对突发状况。

在充满不确定的时期，我们的品牌通过自身优势帮助人们保持生活常态，尤其是那些在危机时期生活在受到严重影响而导致物资、服务短缺的社区的人们。成为优秀的企业公民是宝洁作为一家企业的核心，无论现在还是未来，我们的首要任务都是助力全世界人民每一天的生活变得更加美好。”



毕瑞哲(Marc Pritchard)

宝洁全球首席品牌官





自2004年，
我们已提供了

200亿升

洁净饮用水



获得洁净饮用水

在全世界，受自然灾害影响，每天有近十亿人无法获得洁净的饮用水。通过“[儿童安全饮用水计划](#)”，我们用宝洁净水剂为社区提供清洁饮用水。

在全球150多家合作伙伴的帮助下，宝洁已在90多个国家向需要安全饮用水的儿童和家庭提供了200亿升洁净饮用水，并由此实现了新的里程碑。[点击此处，了解更多信息](#)

团结合作是必由之路

在宝洁公司创始人之孙William Cooper Procter的倡议下,长期以来宝洁一直为**联合劝募会**提供支持。80多年来,联合募捐已经成为我们企业文化的一部分。直至今天,在大辛辛那提地区以及宝洁员工生活和工作的众多美国社区中,宝洁依然是非盈利性年度募捐活动最大的捐赠方之一。我们已累计向大辛辛那提联合劝募会捐赠了1,000多万美元,为我们家乡的社区提供帮助。



宝洁
长期以来
一直投入资源并
通过员工志愿者
活动向仁人家园
(Habitat for
Humanity)
提供支持。



宝洁及员工已累计
向大辛辛那提联合劝募会捐赠美元超过

1,000万

建设家园, 铸就希望

仁人家园(Habitat for Humanity)致力于将人们团结起来, 携手共建家园社区, 铸就希望。今年, 宝洁非常荣幸能够参与仁人家园旨在促进健康、改善卫生和推动性别平等的项目, 包括:

- 改善阿根廷地区家庭的用水和卫生条件
- 翻新一家位于英国的妇女收容所, 为老年妇女和家庭暴力受害者提供支持
- 在肯尼亚为学龄儿童提供个人卫生和环境卫生服务, 以减少失学旷课现象

救灾援助

多年来,宝洁及旗下品牌始终团结一心,帮助消费者和社区应对突如其来的挑战、突发事件以及走出困境。在过去的一年里,宝洁通过提供资金支持、产品和服务等方式,响应了全球30多起灾难的善后援助,以满足人们的突发需求。[点击此处,了解更多信息。](#)



“宝洁帮宝适工厂和配送中心所在的德国奥伊斯基兴遭遇灾害性降雨时,公司的善举让我深受感动。”

当时,帮宝适工厂并未因强降雨天气而停止运营,除了捐赠产品,工厂还腾出空间供救援人员、消防队和**红十字会**志愿者使用。工厂还为公众提供临时居所、浴室、用电和网络,宝洁员工也加入并为公众提供帮助。”

“在加拿大不列颠哥伦比亚省遭遇了百年一遇的风暴袭击之后,当地电力和供水系统等基础设施遭到破坏。宝洁与当地救灾援助组织**GlobalMedic**合作,通过“汰渍承载希望(Tide Loads of Hope)”项目,为受灾居民提供免费洗衣服务。

我们公司和员工总是积极挺身而出,为有需要的社区提供支持,对此我深感自豪。”



Madhav
宝洁德国



Joyce
宝洁加拿大



在发生灾难时,我们将遵循以下三个核心原则,持续在全球范围内提供支持:



保障宝洁员工的健康和福祉;



为全球信赖我们品牌及其价值的消费者提供服务;



依托我们与当地及全球救援机构的长期合作关系,为需要帮助的社区提供支持

为乌克兰家庭提供支持

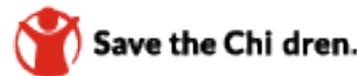
数百万人受到了俄乌战争的影响，其中大多数是妇女和儿童。战争爆发之初，宝洁便在全球范围内调动资源，以各种方式为员工、家庭和救援组织提供支持：

- 向流离失所的居民提供了数百万件日常必需品，包括纸尿裤、洗发水、牙膏、牙刷和其它清洁、健康及卫生用品
- 在全球40多个国家宝洁员工的支持下，设立了爱心配捐基金
- 向救援合作机构提供资金支持，为在乌克兰境内和邻国的难民提供洁净用水、食物、住所、医疗和护理服务。相关合作伙伴包括 [Global Medic](#), [IFRC](#), [International Medical Corps](#), [Matthew 25: Ministries](#), [Save the Children](#), [Water Mission](#)



自2022年3月，
已捐赠宝洁产品

超过300万件



“在俄乌危机爆发之初，我们在中欧地区的宝洁同事就开始以各种方式伸出了援手，包括在边境提供交通运输工具、开放他们的家作为安全的休息场所，以及关心难民和流离失所者的个人需求。令我感到自豪的是，我们在及时提供帮助的同时，还努力安全的恢复了业务运营，继续为当地依赖我们的消费者提供服务。”



Gabe
宝洁中欧





应对全球疫情

宝洁为员工提供各种工具并制定灵活的政策，帮助他们在疫情期间应对工作和生活的挑战，包括关注员工心理健康。我们继续努力成为一股以“消费者为中心”的向善力量，具体行动包括：

捐赠舒肤佳、佳洁士、护舒宝、海飞丝和帮宝适产品，支持上海和广西等地的疫情防控工作。

在巴西，疫情持续给人们带来了长期挑战，使得群众“看牙难”问题变得更加突出，宝洁为当地一项名为Por Um Sorriso(For a Smile)的项目提供支持，旨在为弱势群体提供口腔护理服务。



点击此处，了解更多[宝洁社区影响的故事](#)



平等与包容

在宝洁，我们渴望为所有人打造一个平等与包容的企业和世界，同时与合作伙伴和社区携手，通过宝洁品牌创造价值并推动增长，为员工造福。



Shelly McNamara

首席平等与包容官



平等与包容

“我们尊重员工的个性，珍视员工的付出，确保我们的员工都能够在工作中自信充分地展现真我并获得职业安全感。”

我们相信，这不仅能够让宝洁成为理想的工作场所，还能够促使宝洁进一步发展壮大，正是得益于多元化的思维，我们加深了与消费者的联系。为了给消费者带来更全面的服务并引起他们的共鸣，我们需要建立极具多元化和包容性的企业文化，因为事实一再证明，这样的文化氛围有助于激发最佳想法和创意。”



认识全球各地的宝洁员工，了解他们如何全力以赴，共建平等与包容的企业和世界。
[请点击此处，观看视频](#)

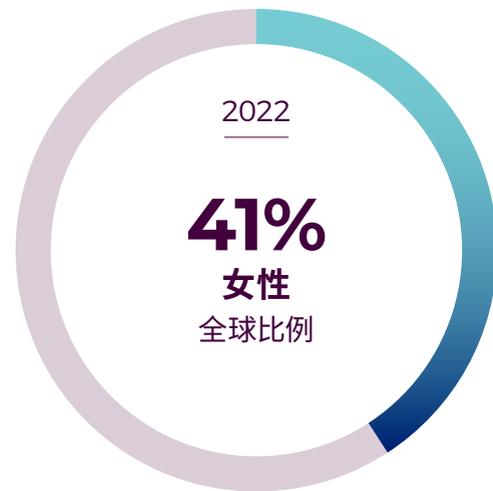
打造多元化的全球员工队伍

我们致力于成为一家在公司领导层及各员工群体内创建多元化企业文化的公司，因为这反映了我们在世界各地服务的数十亿消费者的多元化情形。我们通过提升自身能力，更好地组建、保持并发展成为一家多元化的全球性企业。我们设定了可延展、切实可行且富有意义的目标。与此同时，我们继续在多个领域持续进行，我们深知，我们可以做的更多。

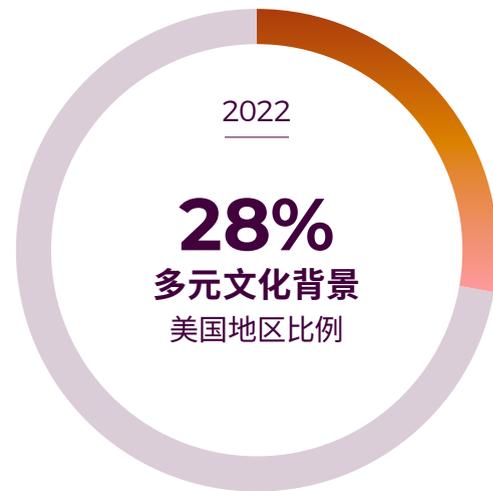
欲了解更多披露信息以及我们在实现平等与包容目标方面的进展，敬请访问[宝洁官网](#)。



员工

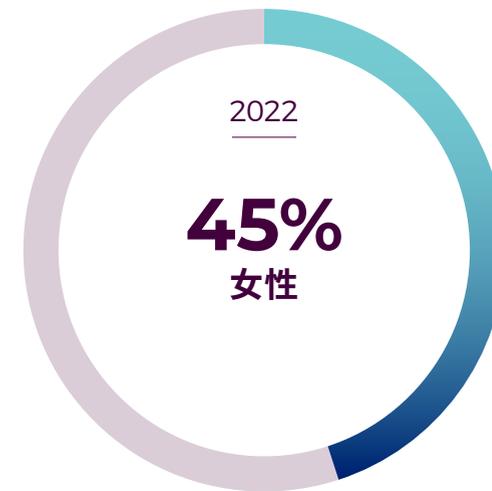


性别比

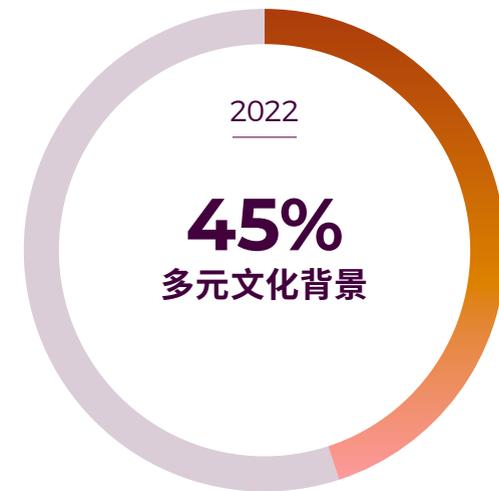


不同种族和民族员工比

董事会¹



性别比



不同种族和民族员工比

¹ 截至2022年10月11日董事会数据



Lucy Edwards

Brand ambassador,
who is herself blind

我们正在
提高实体店
宝洁品牌的易购性，
通过采用NaviLens
二维码技术，为视障人士
提供产品信息。



让所有人都能 无障碍的使用我们的产品

据世界卫生组织(WHO)估算，欧洲残障人士比例为6%-10%。宝洁美尚事业部意识到，这部分消费群体无法像普通人一样充分使用我们的产品并了解我们提供的相关内容，于是决定对此采取行动。

首先，我们通过调整自身的广告宣传，在各大数字媒体平台上推出无障碍内容，比如我们在YouTube视频中添加了音频描述，从而实现无障碍的产品宣传。在网站信息无障碍使用方面，宝洁旗下品牌海飞丝和OLAY被公认为是可访问性最强的美妆品牌。¹我们还与NaviLens（一项面向视障群体推出的二维码技术）和英国皇家国家盲人研究所(The Royal National Institute for the Blind)携手合作，为有视力障碍和认知障碍的群体提供产品信息，提高宝洁品牌在零售店内的易购性。通过上述行动，我们努力让我们的品牌、产品和内容触达所有人群。

¹ 无障碍线上购物指数，2022年3月15日，Affise Academy: [无障碍线上购物指数—Affise](#)

我们承诺,到2030年,
每年向多元文化背景群体及
女性创立的企业
投资 **50亿** 美元



我们鼓励其他企业在制造、
后勤保障和媒体制作等领域
雇用更多女性员工。

赋能女性创立和女性领导的企业

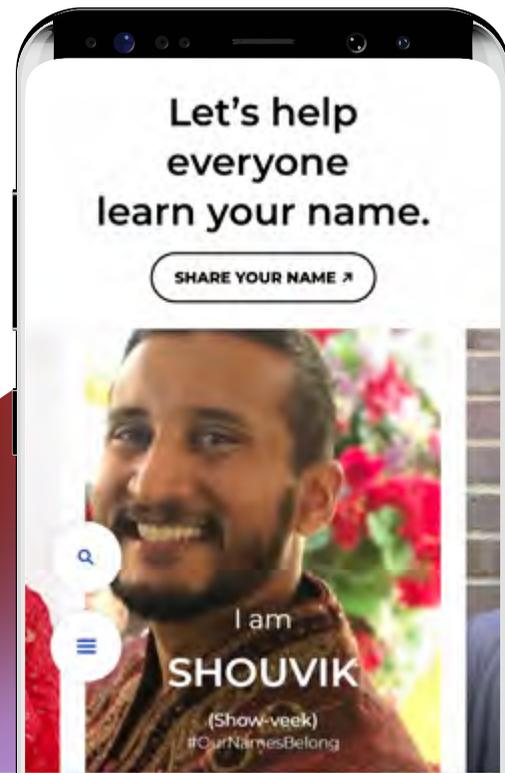
作为一家全球性企业,宝洁拥有众多深受信赖的品牌产品组合,我们有能力提供有意义的多元化增长机会,并推动经济朝着包容和平等的方向发展。我们深知,多元化的企业能够更好地解决问题、更好地创新,多元化的供应链亦是如此。我们承诺,到2030年,在全球范围内,每年向多元化文化背景群体及女性创立的企业投资50亿美元。2021年9月,我们已累计向此类企业投资30亿美元!我们努力增加世界范围内向女性创立和领导的企业的投资,我们还与众多优秀的合作伙伴携手,共同实现这一目标,其中包括[国际女性企业联盟\(WEConnect International\)](#)。

在过去的5年时间里,通过宝洁供应商多元化项目(Supplier Diversity)以及与国际女性企业联盟开展合作,我们在亚太、中东和非洲地区的10个国家,为1,000多名女性企业家提供了培训。一些参加培训的人员现已成为宝洁的外部业务伙伴或供应商,并且凭借在培训中掌握的新技能加快自己的业务增长并对本地产生了连锁反应。

在宝洁的激励下,我们的许多供应商、代理机构和合作伙伴都纷纷让更多女性员工担任要职,涵盖制造、后勤保障和媒体制作等以往因为性别偏见限制女性员工发展机会的岗位。

归属感从姓名开始

我们致力于用自己的声音提高全社会对我们所服务的消费者群体的关注度，我们带着敬意，不断通过我们的广告，准确、切实地呈现不同群体的真实面貌。为了帮助消除亚裔美国人和太平洋岛民(AAPI)群体歧视日益加剧问题，宝洁推出了一部名为“《名字(The Name)》”的短片。该短片是宝洁旨在促进交流整合宣传活动的组成部分，同时也鼓励人们学会说亚裔美国人和太平洋岛民的名字，从名字开始，帮助提升社会归属感。



在一项整合宣传活动中，我们发布了名为《名字》的短片，旨在鼓励人们正确说出AAPI群体的名字。



在pg.com/names页面提供的教育资源和工具的配合下，这部短片向人们传递了名字的重要性，以及如发音和正确理解含义等意义重大的行为如何帮助人们产生强烈的归属感。

帮宝适也参加了此次活动，通过扩充其官网已有的受欢迎婴儿名字板块的内容吸引更多消费者关注，并帮助人们了解AAPI群体的名字。帮宝适与Snapchat合作推出新滤镜，让新生儿父母可以通过该滤镜公开宝宝的名字，同时帮宝适与Snapchat合作开展的AR故事书项目，现已包含了介绍AAPI群体姓名含义的书籍，让父母可以在亲子阅读的过程中跟孩子共同成长。

2022年宝洁继续支持多元群体活动

宝洁联合举办第三届“Can't Cancel Pride”骄傲月活动——骄傲和团结(Proud AND Together)”，继续为多元群体提供长期有力的支持。

该活动向美国全国直播，展现了持续影响多元群体的问题，同时强调了精神与勇气的强大作用，包括艾尔顿·约翰(Elton John)、凯蒂·佩里(Katy Perry)、乔乔·西瓦(JoJo Siwa)、莉佐(Lizzo)在内的多位娱乐明星亮相活动现场并登台献艺。



今年，宝洁旗下Charmin、Dawn、汰渍也参与了这一盛会，观看人数超过1,600万。骄傲月活动持续为各大多元群体慈善机构提供支持并带来关注度。自活动举办以来，已累计筹集了1,100多万美元的善款。

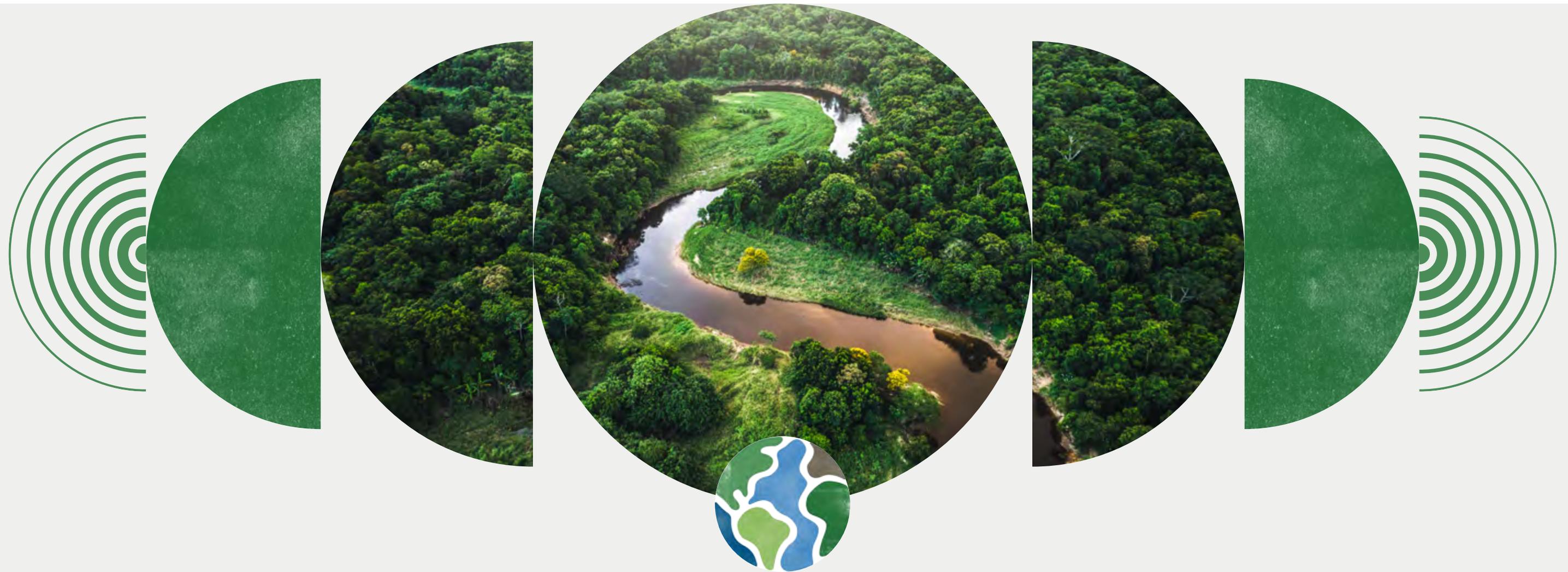


迄今为止，
已通过“Can't Cancel
Pride”
骄傲月活动筹集善款

1,100万 美元

**CAN'T
CANCEL
PRIDE**

[点击此处, 了解更多宝洁促进平等与包容的故事](#)



环境可持续发展

环境可持续发展理念已经融入到我们企业运营的方方面面。
我们秉承“美化生活, 为现在和未来的世世代代”的宗旨, 而环境可持续发展是这一宗旨的核心。

环境可持续发展

“我们致力于以可持续的方式打造卓越的品牌优势，改善人们的生活。我们将可持续发展作为品牌优势的重要组成部分，以此来创造价值，而这又建立在科学基础上——涵盖气候、废弃物、水和自然几个方面。我们正通过建立具有变革意义的合作关系，在我们可以发挥最大作用的领域，帮助解决一些最紧迫的全球性挑战。为地球带来长远影响”



魏臻霓(Virginie Helias)

宝洁全球可持续发展官



宝洁的“使命2030”可持续发展目标的设立使我们能够在可持续发展方面提供极具吸引力的品牌优势，美化生活，为现在和未来的世世代代。了解更多关于我们如何实现这一目标的信息。[观看视频。](#)



宝洁公司及旗下品牌践行宝洁“使命2030”可持续发展目标，为我们的家园、我们的社区和我们的星球带来积极影响。这一目标的根本是提升我们的运营、供应链和周边社区的生活质量。我们将继续研发产品，鼓励负责任的消费，减少我们生产环节的碳足迹，并在我们供应链中采用更具循环性的方法。我们无法凭一己之力实现这些目标。这需要我们与私营、非营利和公共领域组织机构携手合作，并将这些目标融入到我们业务的方方面面。欲了解我们在世界各地的项目和合作伙伴关系，敬请访问宝洁官网上的“[MAPPING OUR IMPACT](#)”板块。



气候>



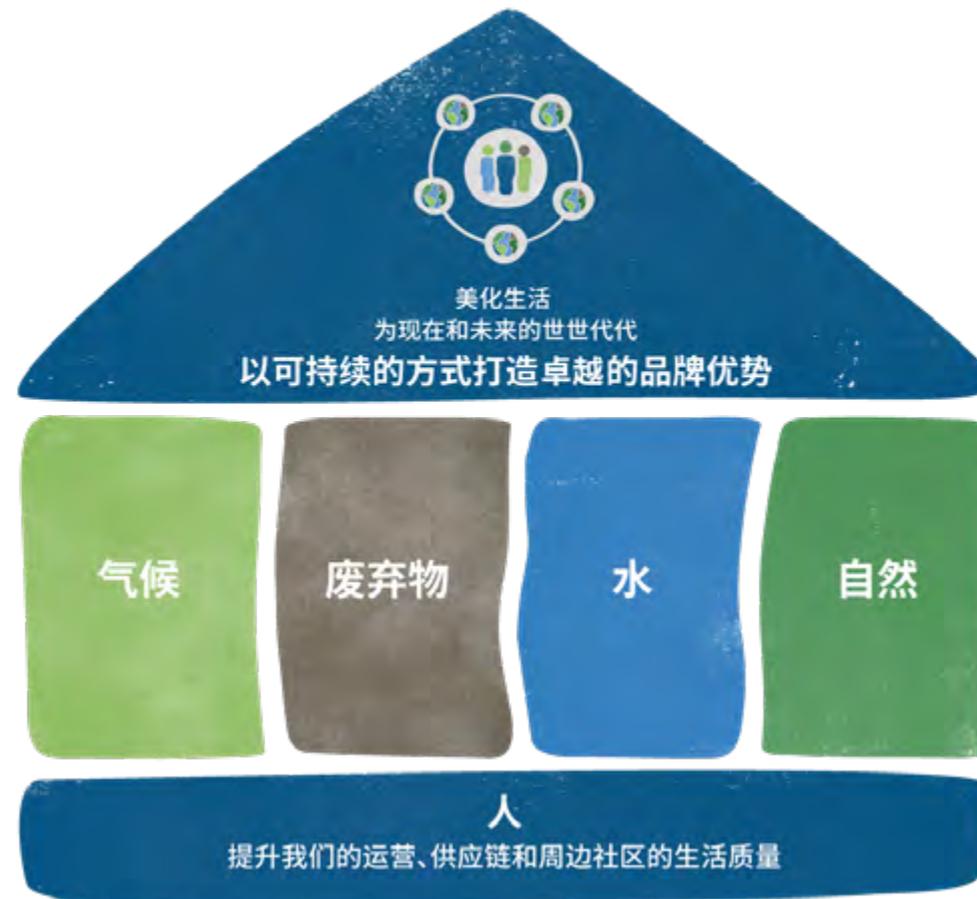
废弃物>



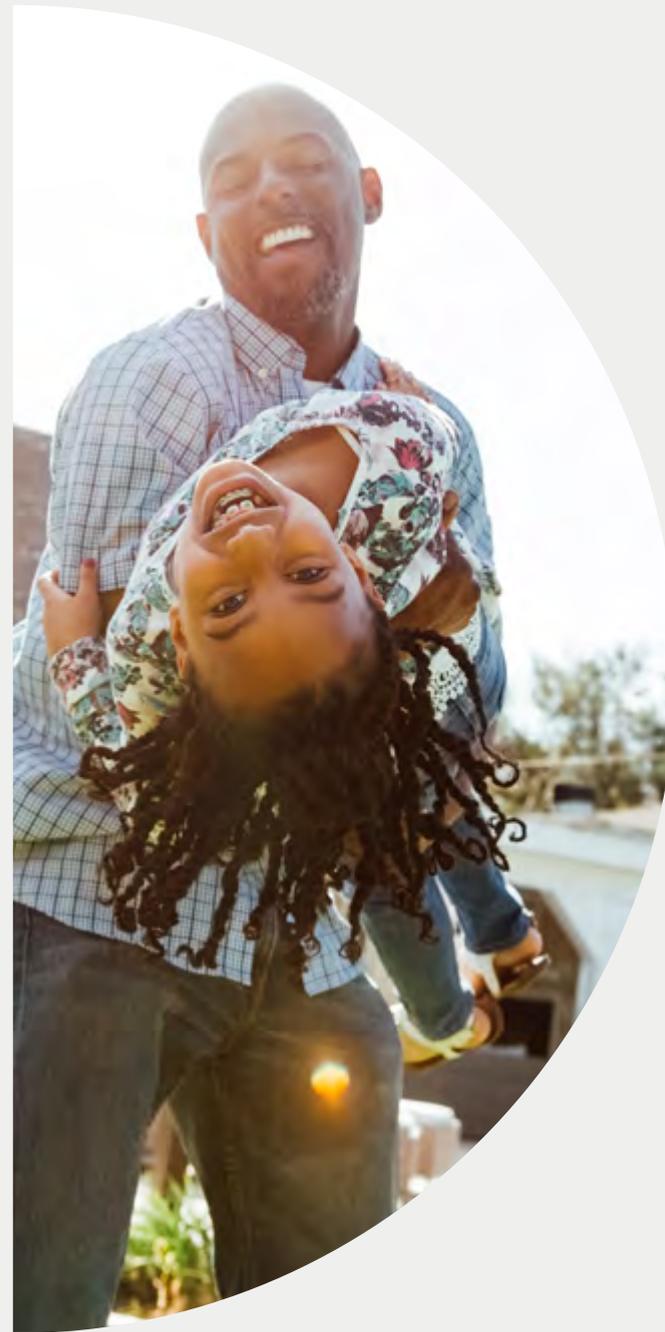
水>



自然>



[点击此处](#)，了解“使命2030”可持续发展目标细节。



在宝洁，我们制定了一项可持续发展目标：即在2040年前实现全球运营和供应链（从原材料到零售环节）温室气体(GHG)净零排放。宝洁发布的《**应对气候变化行动计划**》，涵盖宝洁产品与包装在全生命周期内的碳排放，包括从供应链、业务运营、产品使用到产品寿命终止的所有环节。我们将应对未来会面临挑战的部分也纳入了加快气候行动的综合方案当中。

气候领域目标与进展

业务运营

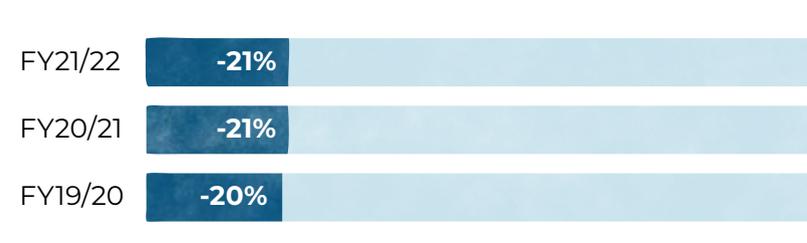
我们持续推动业务运营减排工作，以加速实现我们制定的范围一和范围二温室气体减排目标，并加快可再生电力采购。为了进一步减少范围一和范围二温室气体排放量，我们正在试点生产基地开发解决方案，为在全球范围内实现宝洁“净零2040目标”提供支持。

目标	进展 (截至2022年6月30日)
到2030年，将范围一和范围二温室气体排放量减少50%与2010年基线相比 ¹	减排 57% 已实现
在2030之前实现使用100%可再生电力	全球 99% 使用可再生电力

提高运营过程中的能源效率

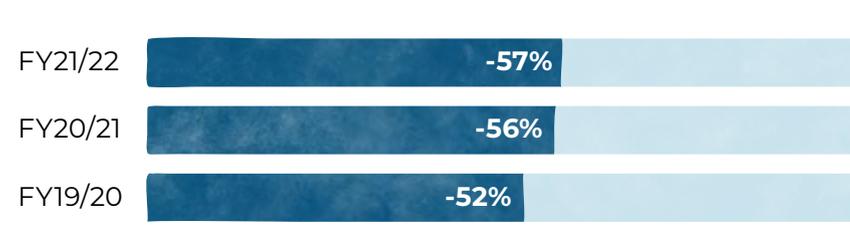
降低单位产量的能耗

与2009/2010财年相比的降幅



温室气体排放减少总量 (范围1和范围2)

与2009/10财年相比，减少的百分比



能耗和温室气体(GHG)

总计 (绝对单位 × 1,000)	2022	2021	2020
能耗 (吉焦)	62,340	63,077	62,816
温室气体排放总量 (公吨) ²	2,316	2,398	2,613
范围一——直接温室气体排放量 (公吨)	2,160	2,238	2,221
范围二 ³ ——间接温室气体排放量 (公吨)	156	160	392



欲了解有关温室气体排放 (包括范围三) 的更多详细信息，敬请访问我们的[ESG门户网站](#)。

¹ 经过科学碳目标倡议组织验证。

² 温室气体排放总量=范围一+范围二。

³ 基于市场的范围二温室气体排放。
注释：2022年基于位置的³范围二排放量为2,323,446公吨。

所有数据均以财年为参考单位

气候领域目标与进展

产品运输

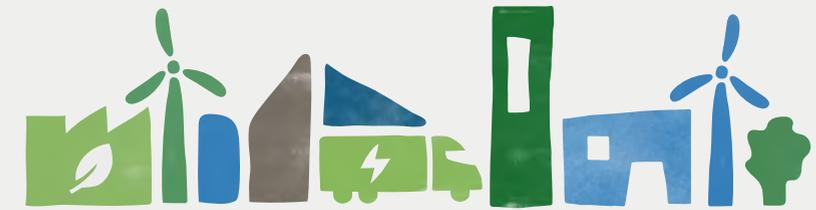
虽然我们2022年的产品运输统计数据显示碳排放强度略有增加，但通过增加联合运输以及优化集装箱装货率，我们降低了成品运输的碳排放强度。尽管这些进展未能抵消整个行业因航运供应链中断带来的不利影响，但我们对未来持乐观态度，全球市场逐步恢复以及我们在重点区域加快推进行动将有助于推动未来一年减排工作的开展。

目标	进展 (截至2022年6月30日)
到2030年全球上游成品货运排放强度降低50% (与2020年基线相比)	增长 2.9%

供应链

2021年，我们扩大了我们的供应链目标范围，将所有宝洁品类涵盖在内，与科学减碳倡议组织 (Science Based Target Initiative, SBTi) 认证过的目标保持一致。通过仔细研究我们在范围三的排放情况，我们得知约10%的原材料 (约500种原材料) 约占我们供应链排放的90%。这一发现指明了，我们可以将重心放在能够做出最大改变并能针对性提出更好解决方案的领域。

目标	进展 (截至2022年6月30日)
到2030年，每单位产量供应链排放减少40% (与2020年基线相比)	新目标—进展将在2023年年底报告



2020-2030年运营碳中和

宝洁致力于在未来十年 (2020-2030年) 内实现运营碳中和 (范围一和范围二排放)。

我们竭尽全力降低运营过程中的温室气体排放，并将其作为我们的优先事项。对于无法消除的残余排放，我们将使用与碳去除和碳存储相关的基于自然的解决方案。

您可以在[NATURE PILLAR](#)中了解关于我们在实现这一目标中所取得的进展的更多信息。



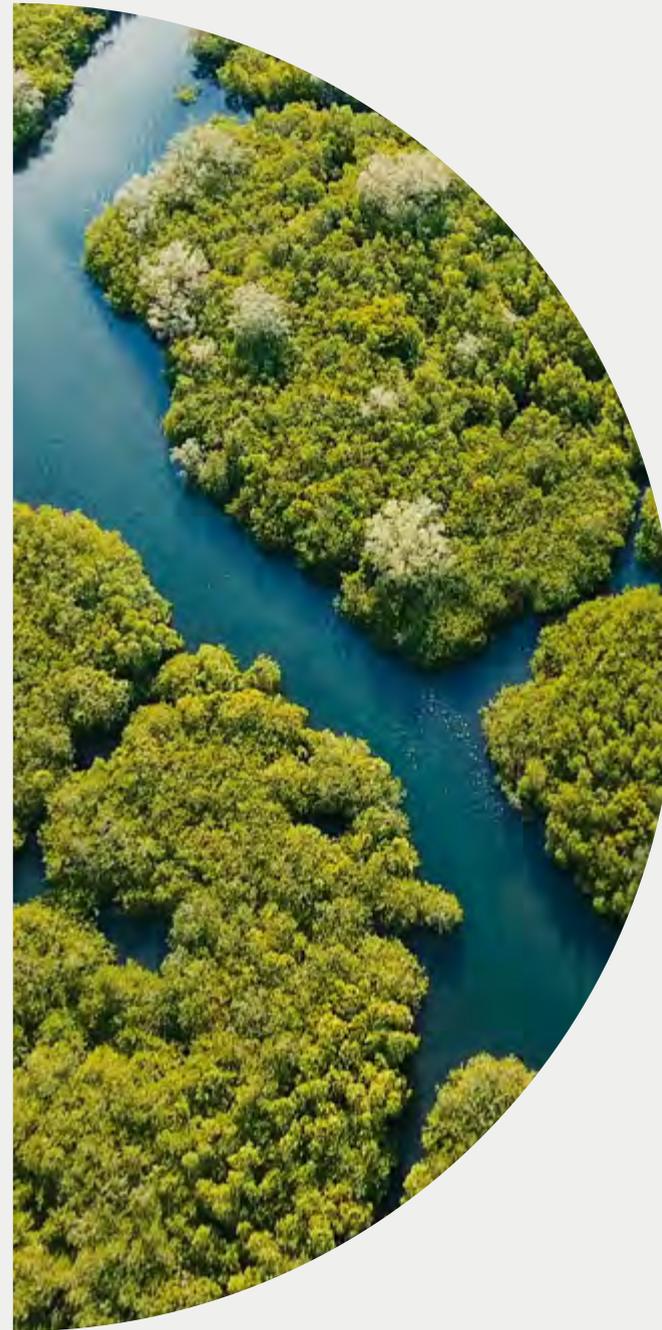
Tide Infinity
原型和Tide to Go
去渍笔和湿巾飞国际
空间站, 接受测试。



汰渍的太空之旅

美国宇航局(NASA)需要一种可以在资源受限环境洗涤衣物的解决方案,以助力其开展太空探索。宝洁旗下汰渍品牌正在研究如何消耗更少的水来有效地清洁衣服,助力保护我们的地球家园。2020年,汰渍与美国宇航局正式签署了一项长达多年的《太空法案》协议,并于2021年12月将首个原型Tide Infinity送往国际空间站(ISS)进行测试。

此外,Tide to Go去渍笔和湿巾也完成了在国际空间站上的测试,以了解其成分在微重力环境下的清洁能力。我们将持续探索如何将汰渍产品在太空的测试结果应用于地球甚至其他环境下进行衣物清洗。



废弃物

塑料废弃物对我们的环境构成了严重威胁，尤其是这些垃圾最终将流入河流和海洋，使污染问题加剧。这是一项复杂的全球性挑战，需要在整个塑料生命周期相关方全面的合作寻找解决方案。这需要包括行业、政府、民间组织和学术界在内的多个利益相关方的携手合作，以便更好地应对这一挑战，更好地推动塑料循环利用。采用塑料虽然可以减少包装材料用量、保护产品，以及降低运输过程中的温室气体排放，但同时我们也必须对塑料进行负责任地使用和再利用。

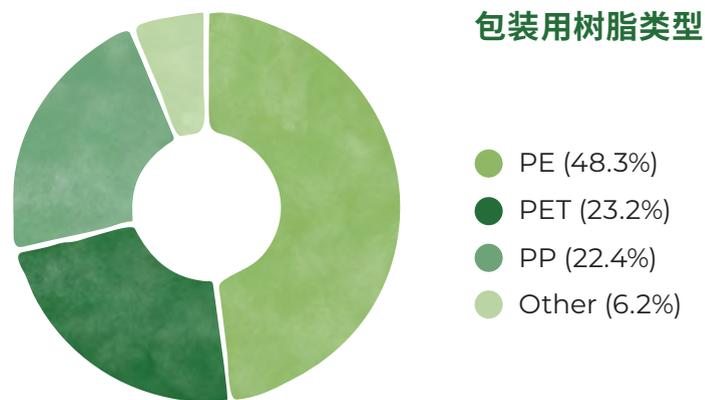
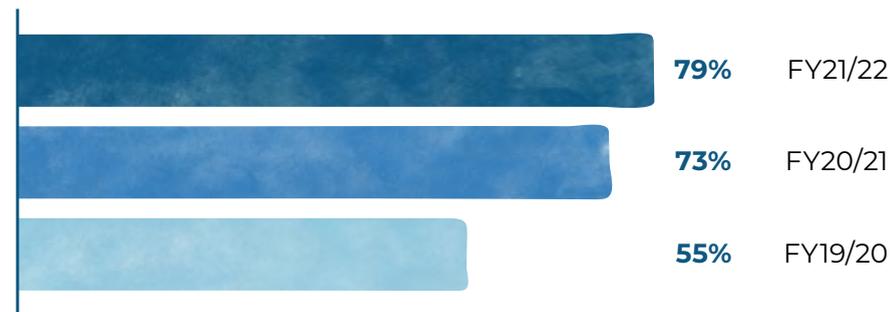
在宝洁，我们致力于在2030年前，实现所有包装可回收或可重复使用。我们正在开发和拓展新的回收解决方案、使用替代材料，同时与外部积极开展合作帮助改善废弃物管理基础设施，进而优化废弃物循环再利用的过程——推动塑料再利用，防止塑料垃圾污染自然环境。

废弃物领域目标与进展

我们的品牌携手供应商和合作伙伴持续开展合作，共同制定一系列可持续解决方案，推动资源循环利用，助力实现废弃塑料的收集、回收和再利用。

目标	进展 (截至2022年6月30日)
到2030年实现100%包装可循环或再利用	到2030年, 约79%的包装实现了可循环或再利用
到2030年将包装中的原生石油基塑料使用量减少50% (与2017年基线相比)	包装中的原生石油基塑料使用量减少了8%左右
生产垃圾零填埋	自2020年以来已实现并保持

100%包装可循环或再利用方面所取得的进展



大约2倍

在过去的两年时间里, 我们可循环塑料的使用量几乎翻了一番

2021/2022年, 我们减少近6,750,00公吨的生产垃圾填埋,

总重量超过 **66 座埃菲尔铁塔**



数据和衡量指标: 塑料包装

塑料包装总使用量	776,220公吨
可循环塑料树脂总使用量	96,469公吨
循环利用的树脂占树脂总使用量的百分比	循环利用树脂12.4%

减少塑料包装使用量

吉列和维纳斯对产品包装进行了一次重大升级，从高级可填充剃须刀包装转而使用无塑料、可回收的纸盒包装，这种纸盒包装至少含有50%的回收材料，并采用经森林管理委员会(FSC)认证的纸张制成。这款更可持续的包装盒现已推广至宝洁开展业务的所有区域。它便于拆封，设计美观，而且完全可回收，深受消费者喜爱。得益于此次外包装升级，每年可节约相当于8,500多万个饮料瓶的塑料用量（基于2020年北美市场和部分欧洲市场的销量）。



通过突破性创新和合作实现塑料的循环利用

宝洁致力于增加产品包装中使用的可循环塑料用量，以减少对原生塑料的依赖，并确保现有材料得到更好的利用。然而，回收后树脂的质量并不总是符合宝洁为确保产品质量和保护产品而制定的严格的材料标准。因此，宝洁研发团队开发出了一套工艺流程，以大幅提高经回收聚丙烯(PP)塑料的质量。这种塑料树脂约占到我们包装塑料用量的20%，有助于我们大幅增加回收成分的使用量。宝洁开发的这项名为VersoVita™的溶剂回收技术几乎消除了树脂中的所有缺陷，使得回收塑料在质量上可与原生塑料相媲美。宝洁并未将这项技术内部化，而是向全球塑料制造商提供VersoVita™循环聚合物纯化技术，帮助他们生产出优质的再生树脂，从而更好地满足行业需求并减少废弃塑料。

同时，宝洁非常荣幸向回收合作伙伴关系组织(The Recycling Partnership)旗下聚丙烯回收利用联盟提供有力支持。得益于这项行业合作，硬质聚丙烯包装于近期被How2Recycle项目升级为“可广泛回收”材质(2022年7月生效)。之所以能够实现上述升级，是因为整个塑料回收



价值链上的各方都参与进来，共同提高包装和成品中广泛使用的聚丙烯的回收率。为了促进废弃塑料回收，我们不仅力求创新，还通过提供技术许可等方式与外部组织开展合作，为整个行业的塑料回收事业提供支持，这些努力正在切实推进塑料树脂的循环再利用。



在宝洁，我们希望助力构建一个水资源正效益的未来，帮助维系人类和自然、以及现在和未来世世代代所需。我们的全面战略包括减少运营用水量、在面临水资源压力的地区恢复水量，以及通过创新和合作应对水资源挑战。

在2022年，我们设定了以下目标：到2030年，在宝洁公司生产基地所在的全球18个面临水资源压力的地区，恢复水量，并使恢复的水量超过自身消耗的水量¹；在洛杉矶和墨西哥城这两座面临较高水资源压力的大城市，恢复水量，使恢复的水量超过宝洁产品使用过程中消耗的水量²。这个目标具有行业首创性。我们将与相关组织合作，并开展一系列旨在改善、管理和保护水资源的恢复项目，来实现这些目标。[了解更多信息。](#)

¹ 在宝洁产品生产过程中蒸发的水，或在宝洁生产基地生产的成品中的水。

² 在家庭环境里使用宝洁产品过程中浪费和蒸发的水。

水资源领域目标与进展

我们的新目标和新项目主要针对运营过程中未回流到当地系统的水，我们还在行业内率先尝试，将消费者使用产品过程中未回流到当地系统的水纳入目标范围。

目标	进展 (截至2022年6月30日)
到2030年, 减少运营用水量	
工厂每单位产量水资源利用率提高35% (与2010年基线相比)	每单位产量利用率提高27%
工厂实现每年重复使用50亿升循环水	每年重复使用33亿升循环水
在面临水资源压力的地区为人类和自然恢复水量¹	
在宝洁公司生产基地所在的全球18个面临水资源压力的地区, 恢复水量, 并使恢复的水量超过自身消耗的水量 ²	新目标——进展将在2023年年底报告
在洛杉矶和墨西哥城这两座面临较高水资源压力的大城市, 恢复水量, 使恢复的水量超过宝洁产品使用过程中消耗的水量	新目标——进展将在2023年底报告
通过创新与合作应对水资源挑战	
为世界各地有需要的儿童和家庭提供洁净饮用水: 通过“儿童安全饮用水计划”, 到2025年提供250亿公升清洁饮用水	通过该计划提供了200亿升洁净饮用水
通过“50升水家庭节水联盟”项目, 加速推动大规模节水创新	计划在全球多个国家开展“50升水家庭节水联盟”城市试点项目
赋能消费者减少自身水足迹	宝洁旗下品牌将继续开发创新产品, 帮助消费者减少家庭用水量

1 在宝洁产品生产过程中蒸发的水, 或在宝洁生产基地生产的成品中的水。

2 在家庭环境里使用宝洁产品过程中所浪费和蒸发的水

提高运营用水效率

提高每单位产量用水效率

百分比 (与2010年基线相比)



2021/2022财年重复使用33亿升循环水, 相当于1,320个奥运泳池的水量

消耗的淡水量

百万立方米



水资源领域目标与进展

为构建水资源正效益的未来，需要依靠广泛的解决方案，包括从生产环节着手到重新思考人们应如何在家庭、社区和城市中使用水和宝洁产品，再到为人类、野生动物以及大自然恢复水量。



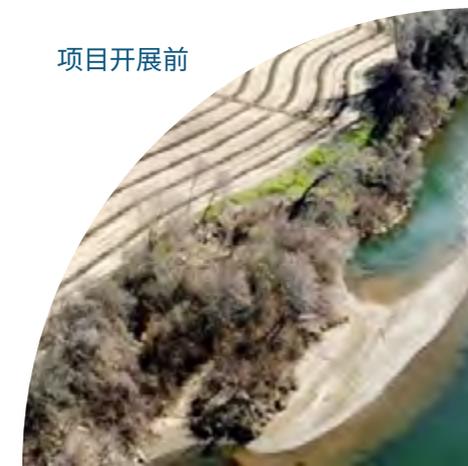
根据世界资源研究所(WRI)“水道”基准水压力指标，我们优先确定了18个水资源长期紧张地区，这些地区满足三项标准：拥有至少一家宝洁生产工厂，位于宝洁重点市场，当地超过20%的人口面临水资源压力。



恢复水量：改善、管理和保护水资源

为了帮助18个面临较高水资源压力地区应对独特的水资源挑战，我们正与当地的合作伙伴携手，他们熟悉当地的问题、解决方案、社区环境，能够帮助我们推动长期项目，以改善、管理、保护水资源。[观看视频。](#)

项目开展前



项目开展后



与Cascade共建 水资源正效益的未来

Cascade正利用自身的影响力，鼓励美国家庭在晚间洗碗时，选择使用洗碗机代替并省略手工预冲洗环节，从而减少日常用水量。与日常认知恰恰相反，洗碗机每完成一个工作周期需使用约四加仑水，而手动洗碗在两分钟内便会用完相同的水量。Cascade铂金洗碗凝珠采用含有酶类物质的创新配方，可以吸附和分解食物残渣，因此可以在无需预洗的情况下，为消费者提供卓越的清洁效果¹。通过使用Cascade产品以及洗碗机省略餐具浸泡环节，每周可助力节约多达100加仑的家庭用水²。

除了能够帮助消费者在家庭生活中节约用水之外Cascade加入了**Change the Course计划**，为美国多个水恢复项目提供支持。这些项目在开展期间，预计将为水资源紧张地区恢复近20亿加仑淡水。

¹ 与Cascade Complete ActionPacs™相比，清洁成分多出50%。

² Cascade与获得ENERGY STAR认证的洗碗机搭配使用的情形，与日常在洗碗槽中使用流动水洗碗11分钟的情形相比。



了解Cascade “
Do it every night”
宣传活动如何助力构建
水资源正效益的未来。



使用洗碗机，
每周可助力节约家庭用水
多达100加仑



自然

在宝洁，我们致力于维护人类、生物多样性以及我们的业务所依赖的自然生态系统的长期健康。我们从负责任地采购木质纸浆、棕榈油以及纸质包装材料等主要商品做起，努力在供应链中实现负责任的原料供应，尊重人类、尊重劳动和尊重土地使用权的承诺。我们为保护大自然而做出的努力不仅限于供应链所涉及的地方，还涵盖更多关键生态系统的保护、改善和恢复。我们合作并投资制定基于自然的解决方案，使150多万英亩的土地得到改善，并且抵消这十年来源自我们生产业务的剩余碳排放，更好地造福人类和保护生物多样性。

自然领域目标与进展

我们承诺在棕榈油、木质纸浆和纸质包装供应链中实现零森林砍伐。

目标	进展 (截至2022年6月30日)
棕榈油¹	
宝洁旗下所有消费品牌均使用100%经RSPO认证的棕榈油	宝洁旗下所有消费品牌均将继续使用100%经过RSPO认证的棕榈油。
木质纸浆	
100%采购通过全球公认认证体系的认证的木质纸浆	继续采购100%经第三方认证的木质纸浆。在这个过程中, 家庭护理业务部所用木质纸浆75%经过FSC™ (森林管理委员会) 认证, 其中FSC™ 认证是宝洁的首选认证。
纸浆包装²	
我们的纸质包装将100%采用可回收材料或经第三方认证的原料制成	99%以上采用可回收材料或经第三方认证材料制成
到2025年, 我们纸质包装中50%的原料获得FSC™认证	已实现——68%的原料获得了FSC™认证

1 棕榈油, 棕榈油衍生物, 棕榈仁油, 棕榈仁油衍生物

2 数据由相关供应商提供, 截至本报告发表时, 95%的供应商提供了相关数据, 余下5%未提供数据的供应商预计不会对本报告结果产生重大影响。



宝洁致力于在我们生活、工作和采购材料的社区和环境发挥积极作用。

可持续棕榈油项目

小农户在全球棕榈油供应中占比约40%。宝洁致力于与棕榈油小农户开展合作, 通过更高效、更可持续的耕作方式帮助他们改善生计。通过在马来西亚的合作项目, 我们面向小农户推出一个培训计划——可持续小农中心(CSS)。可持续小农中心计划在5年内(2018年至2023年)招募8,000名小农户。[了解更多信息。](#)



自然领域目标与进展

目标 2022 进展 (截至2022年6月30日)

保护、改善和恢复关键生态系统

支持本地项目和合作伙伴:

保护、恢复和改善超过150万英亩对人类、生物多样性和宝洁都非常重要的土地

推进基于自然的应对气候变化解决方案, 抵消我们近十年来在生产环节产生的无法消除的碳排放

新目标——相关项目正在制定中

通过与保护国际基金会和其他非政府组织开展合作, 我们确立了一系列基于自然的应对气候变化解决方案项目, 一旦这些项目得到全面实施, 我们有望实现77%的目标, 同时为造福人类和促进生物多样性带来更多益处。我们将继续扩大项目组合, 以实现在2030年前抵消剩余排放量的目标。



可再生能源



运营效率



基于自然的应对气候变化解决方案

自然在应对气候变化中的作用

研究表明, 十年内, 采用基于自然的应对气候变化解决方案不仅有助于减少近三分之一的温室气体排放量, 同时也能够造福于人类和大自然¹。在尽可能减少温室气体排放量的同时, 我们也在推进基于自然的应对气候变化解决方案, 以抵消十年内在公司整体运营中无法消除的范围一和范围二碳排放。这些基于自然的项目将有助于保护和恢复森林和其它人类和野生动物赖以生存的关键生态系统。

¹ 自然气候解决方案: <https://doi.org/10.1073/pnas.1710465114>

自然领域目标与进展

菲律宾曼塔灵阿汉山风景区保护与恢复项目

我们正与保护国际基金会合作，共同推进一个基于自然的应对气候变化解决方案项目，致力于菲律宾巴拉望岛曼塔灵阿汉山景观的保护和恢复。

曼塔灵阿汉山风景区由热带森林和红树林区构成，涵盖巴拉望岛上最大的陆地生物保护区。区内共有1,000多种动植物，面临着森林砍伐和森林退化的威胁。

保护和恢复当地森林和红树林，将确保这些生态系统能够继续支持当地社区、保护生物多样性，助力实现全球减碳和除碳目标。

这一项目的实施离不开当地居民、社区和土地所有者的鼎力配合。[了解更多](#)关于我们基于自然的项目和合作关系的信息。



马来西亚老虎及风景区保护项目

在2021年联合国世界野生动植物日，我们公布了首个棕榈养护和保护项目。宝洁为世界野生生物基金会马来西亚分会的工作提供资金支持，保护马来西亚半岛中央森林区(Central Forest Spine)的马来西亚虎和风景地貌。重点保护位于Belum Temengor、Sungai Yu的四个林区连接地带，以及Cameron高原周围的另外两个林区连接地带。该项目从环境、生物多样性、依赖农业和棕榈的人们和社区等方面综合考虑，采用全面的方法。[了解更多信息。](#)





我们的
纸品业务
在2022年
实现了75%
FSC™认证
这一承诺。

为现在和未来的世世代代保护森林

宝洁在践行为现在和未来的世世代代保护森林这一承诺方面持续取得进展。以下是过去一年来我们所采取的一些重要行动, 包括与领先的环境和林业组织开展合作。

以更高标准要求供应商。

我们对供应商高标准、严要求, 禁止出现砍伐森林、导致森林消失或退化的现象。在纸制材料采购方面, 我们每消耗一棵树, 至少种植两株苗。

为了确保供应商遵守我们的政策, 我们采取了以下措施:

- 开展独立审计和宝洁内部审计
- 进行卫星监测
- 通过公众申诉程序和报告

达到FSC™认证目标。宝洁所有木质纸浆都经过第三方认证, 确保其能保护森林的环境价值及社会价值。我们首选公认最完善的认证体系——森林管理委员会™(FSC)认证。尽管FSC™木质纤维的供应量有限, 我们的纸品业务仍然制定了一个大胆的目标, 在2022年前将经FSC™认证纸浆的使用比例提升至75%, 并在2030年前使这一比例达到100%。

宝洁纸品业务实现了在2022年前将经FSC™认证纸浆的使用比例提升至75%的目标, 比原计划提前了三年。

我们不断扩大与FSC™和供应商的合作范围, 增加获得FSC™认证的土地。

宝洁还与供应商、认证机构、非政府组织、政府机构和其他利益相关方合作, 倡导永久保护原始森林风貌(IFL)和驯鹿栖息地。[了解更多](#)关于宝洁森林领域的信息。



宝洁与索尔维 (Solvay) 携手合作, 通过行业领先的项目推动印度可持续瓜尔胶的全球供应量翻倍

瓜尔胶是一种天然成分, 常用于洗发水和乳液等个人护理产品。宝洁美尚事业部与我们的战略供应商之一索尔维携手参与可持续瓜尔胶计划(SGI), 该计划旨在推动瓜尔豆的大规模可持续种植, 并进一步改善印度拉贾斯坦邦比卡内尔地区21,000多人的生活条件。印度拉贾斯坦邦是全球最大的瓜尔豆产地之一。

通过这次合作, 宝洁美尚事业部将:

- 推动印度以可持续方式种植的瓜尔豆产量翻倍, 并将该计划的覆盖范围和影响范围扩大到24个新村庄。
- 为超过5,200多名种植户提供培训, 向他们传授良好的农业规范。
- 为包括工人、农户家庭成员和企业家在内的1,800多名女性农户提供培训, 为她们赋能, 将对女性种植者的支持规模扩大一倍。
- 新建由社区所有的雨水蓄水池(Johad), 以储存家庭用水和灌溉用水。
- 支持成立新的农户生产者组织, 帮助支持农户及其家庭实现经济稳定。



“尽责尽美”(Responsible Beauty)的关键目标之一是确保负责任地采购天然原料成分, 包括到2022年100%采购经RSPO认证的棕榈油/核仁油及其衍生物。



可持续瓜尔胶倡议将为
21,000+人
的生活带来积极影响





道德与企业责任

基于宝洁公司近185年的经验，我们深知，
要打造一个可持续发展的强大企业，就必须遵循严格的道德、合规和质量标准。

道德与企业责任

“宝洁员工是我们最宝贵的财富，在全球各地，我们的员工每天都在践行引领和指导我们制定业务决策的宗旨、价值观和原则(PVPs)。每年我们都会听到员工说，PVPs是他们喜欢在宝洁工作的一个重要原因。我们将继续践行PVPs，打造卓越的企业文化，确保我们成为社会一股向上和向善的力量。”



Susan Street Whaley

首席法务官兼秘书



致力于做正确的事情

要使我们企业公民责任方面的工作具有公信力和影响力，就必须坚守我们的**宗旨、价值观和原则(PVPs)**。但最关键的是，要确保我们的宗旨、价值观、原则和标准落到实处，使之成为每天我们员工为改善消费者的生活而开展工作时应遵循的基准。宝洁公司为全球近50亿人提供服务，业务足迹遍及全球近70个国家，并拥有值得信赖、全球领先的优质产品组合。在为全球消费者提供服务的同时，我们承诺做正确的事、做良好的企业公民。



我们为各项工作确立了精细化、恪守原则的治理实践。这包括我们对组织结构和领导文化的设计，以及我们在日常工作中对操作规程的遵守，这些都影响着宝洁员工的每一个行动和决定——从采购优质、安全、符合道德伦理的原材料，到安全、透明、以保障消费者福祉为目标的产品销售。这需要我们充分考虑与我们一起合作的社区和利益相关者以及因此产生的影响。总之，我们致力于创建符合**道德伦理和企业公民责任**的领导文化，这是赢得消费者信任的法宝。



2022年度宝洁企业公民责任报告

中国案例

宝洁支持北京2022年冬奥会和冬残奥会

“只要上场，就要漂亮”



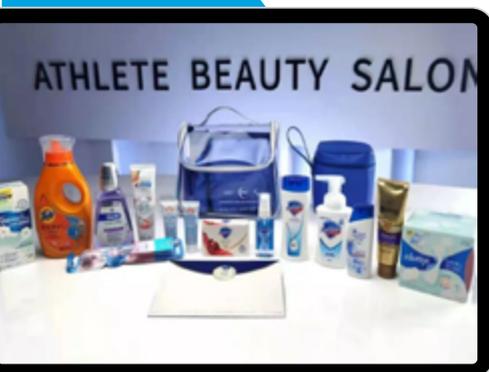
全面助力运动员漂亮上场

作为奥林匹克全球合作伙伴，宝洁在冬奥村为运动员打造的美发沙龙、洗衣房等贴心服务站。

同时，宝洁为每位入住运动员提供的洗护欢迎礼包。洗护礼包包括头皮护理、口腔护理、身体护理、衣物护理等产品，为运动员们提供全面的支持和呵护。此外，宝洁还为女性运动员们准备了女性护理用品。

助力冬残奥会运动员漂亮上场 让所有人看见他们的漂亮

北京2022年冬残奥会开幕之际，宝洁中国推出“让所有人看见我们的漂亮”主题短片，讲述了国家轮椅冰壶队主教练岳清爽带领队员们不断突破身体极限，全力以赴应对挑战，超越自我漂亮上场的拼搏故事。“只要上场，就要漂亮”，不是一句口号，而是我们想传递给更多人的精神力量。此外也特别推出了无障碍版本短片，添加了画面及字幕的口头描述，让视障朋友们也能感受到这条短片的内容。在国际妇女节这天，宝洁邀请了国家轮椅冰壶主教练岳清爽以视频形式呼吁大家关注女性运动员，鼓励所有女性自信漂亮地面对人生赛场。



开展“魅力冬奥知识传播行动”， 发起“冬奥漂亮助力团”科普冰雪知识

宝洁面向全国200所宝洁希望小学、社区等招募2022个宝洁漂亮助力大使，共同推广冰雪文化，将奥林匹克精神带出赛场传递到人们的日常生活中。





社区影响

宝洁携手旗下品牌救灾救急

抗击疫情，静待花开

2022年4月，宝洁携手旗下品牌帮宝适、护舒宝及舒肤佳，向上海捐赠一批抗疫物资，包括帮宝适纸尿裤、护舒宝考拉裤、云感棉和舒隐吸水裤、舒肤佳抑菌洗手液等。通过中国青少年发展基金会的帮助，将物资分发至上海市多家医院（包含儿科病房）以及多个社区，送到抗疫医务人员、社区防疫志愿者手中。



震后家园重建

2022年9月5日，中国四川省雅安市发生6.8级地震，这次地震对当地社会造成严重影响，特别是一些居民的日常生活需求也在地震中难以得到保障，例如地震发生后当地供水供电受到影响，洗衣条件受限从而导致衣物异味和细菌的产生。地震发生后，风倍清品牌第一时间了解到当地的情况，并积极联系捐赠途径，为了支持当地灾后家园重建工作，风倍清与壹基金一起行动，为灾区同胞送去5,000瓶风倍清织物去味除菌喷雾，守护灾难中的一份织物清新与安心。



宝洁与共青团中央维护青少年权益部、中国青基会共同开展“播种健康新希望”12355青少年守护行动

2022年，宝洁希望小学项目来到了第26年，宝洁在今年与团中央维护青少年权益部、中国青少年发展基金会共同开展“播种健康新希望”12355青少年健康守护行动。并且受到了中国少年儿童新闻出版总社和北京市青少年法律与心理咨询服务中心的大力支持。行动围绕以下方面开展，旨在将先进的健康教育方式普及辐射到全国各地的希望小学及乡村学校。

升级共青团中央维护青少年权益部原有公益课程，开发“课程教具百宝箱”

在团中央维护青少年权益部原有的20个课程的基础上，新研发了3个关于卫生、青少年心理和未成年人保护法的主题课程，使课程体系更符合新时代青少年健康成长需要；同时，为共青团12355青少年服务台工作人员、咨询师、健康守护员等1,100人提供了课程培训。

此外，还为河北、山西、内蒙古等20个省（区市）的12355服务台及40个服务点配备了“课程教具百宝箱”，覆盖4个主题模块，包括近20套实体教具，可支持展开21个针对性课程。目前已为全国20个省（市、自治区）20家12355服务台，40个服务点的健康守护员们提供教学帮助。

了解孩子真实的“健康”需求，发起“我的健康微建议”活动

“播种健康新希望”12355青少年健康守护行动发起了“我的健康微建议”征集活动，不到3个月共收到来自全国20个省（市、自治区）的45所项目校的近1,000件作品，约2,000多名青少年参与其中。

经统计，在提交的微建议作品中，关注身体健康的微建议达到总数的50%；关注心理健康的微建议达到总数的38%。

此外，“我的健康微建议”校园总动员活动在全国5个重点地区陆续展开，进一步传播“播种健康新希望”项目成果的同时，增强孩子们的参与感。

呼吁全社会倾听孩子的声音，“健康守护云课堂”上线

2022年8月30日晚，“播种健康新希望 健康守护云课堂”（以下简称“云课堂”）直播课正式开讲。全国的青少年通过央视频、未来网等各大媒体平台观看了这次直播。累计播放量超过64万人次。

这堂“健康守护云课堂”直播课是“播种健康新希望”12355青少年健康守护行动2021-2022年度的重要成果之一。“云课堂”共分为六大章节，覆盖心理健康、个人及公共卫生健康、用眼健康、运动健康、饮食健康、自护自救、亲子沟通等方面，现场还有对应领域的专家倾听同学和老师们关于健康方面的问题与建议，给出相应的指导。





“我支招 我支教”宝洁员工志愿者结对宝洁希望小学支教行动第一期圆满结束

2021年11月，宝洁携手中国青少年发展基金会，向内部员工发起“我支招 我支教”宝洁员工志愿者结对宝洁希望小学支教行动。在过去一年中，宝洁员工志愿者支教足迹遍布祖国大江南北的15个省、市、自治区，覆盖22所宝洁希望小学，影响近万名乡村孩子。许多队伍在配合防疫政策的情况下，来到宝洁希望小学，现场为孩子们讲授课外知识，帮助他们拓宽视野。志愿者队伍通过线上的方式，帮助希望小学的孩子科普冬奥及冰雪运动知识。

舒肤佳与国家卫生健康委人口文化发展中心共同开启 “健康传中国 洗手在行动”公益活动

洗手看似是一件小事，却是树立健康意识和个人防护习惯的重要行动。作为专研健康的个人清洁护理品牌，舒肤佳一直以来为全民正确洗手习惯的推广和培养不断贡献来自企业的力量。2020年起舒肤佳开启“健康传中国”公益项目，致力于向1亿人普及卫生知识与正确洗手习惯。2022年11月，舒肤佳宣布与国家卫生健康委人口文化发展中心正式启动“健康传中国 洗手在行动”公益项目。项目将以多种形式落地：一是联合专家和相关机构共同推出“科学洗手10要点”；二是在商场、医疗机构、学校等场所面向广大群众开展参与性较强的科普公益活动，向公众传递正确洗手的理念；三是与相关科研机构一起，依托科普公益活动展开调研，通过问卷调查分析，总结活动经验，形成专业报告。



“健康传中国 洗手在行动” 医学专家团

目前，“科学洗手10要点”已经正式向公众发布：

1. 洗手有助于预防疾病的发生与传播
2. 洗手习惯仍需进一步教育与培养
3. 良好的卫生意识有助于养成良好的洗手习惯
4. 儿童是养成良好洗手习惯的关键阶段
5. 取快递、摘掉口罩、触摸公共物品后都应该洗手
6. 洗手应坚持科学洗手七步法，内、外、夹、弓、大、立、腕
7. 洗手应坚持揉搓不低于20秒
8. 洗手应该使用具有除菌和抑菌功能的香皂、洗手液
9. 选择温和的洗手液，有助于保护手部肌肤
10. 洗手后应及时用干净的纸巾或毛巾擦干，避免双手再次污染

碧浪与广东省钟南山医学基金会启动 “中国家庭衣物安心计划”公益项目

在中国，有近半数的消费者，对衣物有着极强的抗菌需求，但不知道如何能实现有效抗菌。高温烫煮、用消毒液浸泡，都是消费者日常使用的除菌方式，但很多人都忽略了，细菌会在洗后短时间内大量繁殖，洗衣要杀菌、除菌、抑菌，才是有效抗菌。

广东省钟南山医学基金会与碧浪共同发起的“中国家庭衣物安心计划公益项目”，是对《健康中国2030规划纲要》的积极响应，以“医学+公益”的力量，呼吁大众做好卫生防护，全方位守护万千家庭和环境卫生。

作为科普教育的第一步，与央视网合作的衣物抗菌科普视频也已上线，为更多消费者普及科学衣物抗菌知识，杀菌、除菌、抑菌，守护健康安心。接下来，我们将持续通过线上科普课堂、线下公益防疫小站等，来帮助大家培养科学的衣物抗菌知识，让#细菌不再 安心常在#。



佳洁士守护全民微笑线， 呵护儿童口腔健康



2022年佳洁士携手壹基金，发起#佳洁士守护全民微笑线#公益活动，买1支牙膏捐10分爱心，助力乡村孩子们养成正确的护牙意识，绽放自信笑容！并以校园公益课堂及公益义卖挑战赛活动为契机，共同助力呵护儿童口腔健康。佳洁士不仅仅为孩子们带来口腔健康大礼包，更带来终身守护口腔健康的正确习惯和理念，让每个孩子拥有健康快乐的童年，绽放自信闪耀笑容。



平等与包容

宝洁顾客体验与传播团队 CARE+无障碍陪购师服务

在中国，目前有1,700多万视障者，每天约有30万视障用户用耳朵进行购物，电商购物帮助视障消费者解决了线下购物的出行难题，但其每一个环节对视障消费者来说仍然存在难点，最高仅有42%视障人士对互联网的信息无障碍程度感到满意¹。

宝洁CARE+项目为提升视障消费者体验，帮助解决线上购物难题，行业首创**无障碍陪购师服务**并于2022年3月在电商渠道上线，从以下三方面进行了设计优化：



1.定制无障碍陪购师服务流程，采访视障人士了解真实反馈，邀请视障体验交互设计师参与共创，切合视障用户真实的购物习惯，打造无障碍咨询服务流程。

2.设计无障碍沟通话术，为视障用户专门定制适合听读习惯的沟通话术，首创电商平台商家语音外呼服务，为视障用户线上咨询提供便捷化多种选择。

3.进行无障碍包裹追踪，无障碍陪购师全链路追踪无障碍包裹，沟通物流派送，尽量确保有货必达。

服务上线后获得了视障用户的广泛好评，“谢谢你们对我们的付出和努力”一个视障朋友在回访时如是说。

¹来源于网络公开数据

OLAY “科学有她” 青年女科学家助力计划

中国科技飞速发展的今天，OLAY观察到科技领域中的“她力量”正在快速崛起。目前，中国有近4,000万女科技人员正在用她们的智慧和行动逐渐撑起科技创新的“半边天”，但是女性榜样的声音和力量依旧单薄。

作为一切源于对女性和科学热爱的品牌，以及新女性价值观的护肤品牌代表，OLAY听到了“她们”的声音。于2022年3月携手央视网发起“**科学有她**”青年女科学家助力计划，旨在连结更多的女科学家与科技工作者，以榜样的力量，助力更多年轻女性在科学之路无惧前行。

项目以三大行动持续赋能青年女性：走进高校，为有志投身科研领域的青年女性搭建起连结女科学家导师的平台；联合央视网寻找百位女科学家，以她们的真实榜样故事激励更多女性勇敢追逐科学梦想；建立女性科学爱好者社区，为想要投身或深耕科研领域的女性答疑解惑，并培养她们的科学兴趣爱好。

OLAY正通过实际行动鼓励更多女性投身科学领域，并以品牌自身的影响力和凝聚力，赋能女性实现自我价值，探索人生的无限可能。

OLAY



护舒宝：青春更自信 我就是女生

护舒宝青春期教育公益项目

研究表明，超过76%的中国女生在进入青春期后容易缺乏自信，更需要陪伴与支持。为支持女生自信迎接青春期，从1998年开始，护舒宝平均每年覆盖超过300万青春期女生，坚持25年累计为近1亿女生提供一堂青春期教育课、一份青春期卫生用品和一份青春健康知识手册。

在过去的一年里，护舒宝#青春第一课共覆盖全国13个省（自治区、直辖市），739个区县，13,518所学校，1,572,620名小学高年级女生。

2022年，护舒宝推出线上免费公开的#青春第一课云课堂，每个人都可以成为青春期专家。内容包含青春期生理心理变化，自我保护，经期护理等健康知识，让更多女生的第一次经期可以有备而来，将青春期知识和自信力量传递给更多女生。



运动更自信，我就是女生

2021年底北京冬季奥运会，护舒宝作为全球奥运合作伙伴，联合中国教育发展基金会，邀请冬奥短道速滑冠军张会女士和北京的小学生，一同开启护舒宝冬奥第一课，运动更自信#我就是女生#，鼓励女生投入运动，让青春更自信。



有她需要，使命必达

自新冠疫情以来，抗疫一线的医护人员超54%是女性，在护士团队中，女性占比高达90%。一线奋战，女性医护人员需长时间穿着防护服工作，遇到生理期无法频繁更换卫生用品会格外困扰。

护舒宝联合中国青少年发展基金会和钟南山医学基金会，发起抗疫物资捐赠，支持疫区的一线女性防疫医护人员，第一时间将护舒宝考拉裤、少女动感棉卫生巾和护舒宝舒隐成人裤，分别送达至北京以及广州的一线女性防疫医护人员手中。

whisper
护舒宝®





环境可持续发展



宝洁中国“使命2030”可持续发展目标更新

宝洁相继在2020、2021两年中国国际进口博览会现场宣布了“使命2030”和“净零2040”中国可持续发展目标。通过聚焦气候变化、废弃物和水资源三大关键挑战，将宝洁中国“使命2030”可持续发展目标贯穿顶尖品牌、全球供应链、社群和员工，以实现可持续发展规模化效应，让我们的地球家园变得更加美好。

2022年11月，第五届中国国际进口博览会现场，宝洁正式发布更新的“**使命2030**”可持续发展目标，新增自然领域这一战略焦点，向着可持续的未来更进一步。此前，在2022年6月，宝洁更新了“水资源”方面的全新目标“**水资源正效益的未来**”，为全球范围内面临极端水资源压力的地区提供更多可用的水资源。



气候

- 到2040年实现运营和供应链（从原材料到零售环节）温室气体净零排放
- 未来十年实现整体运营碳中和
- 在2030年之前实现使用100%可再生能源



水

- 减少运营用水量
- 在面临水资源压力的地区恢复水量
- 通过创新和合作应对水资源挑战



废弃物

- 到2030年实现100%包装可循环或再利用
- 到2030年将包装中的原生石油基塑料使用量减少50%（与2017年相比）
- 到2030年，宝洁将实现80%的电商业务从工厂到消费者端无需二次包装



自然

- 保护、改善和恢复关键生态系统
- 影响超过150万英亩土地
- 实现碳效益≥累计生产排放

宝洁中国实践使命2030可持续发展目标

21/22财年取得进展



气候
CLIMATE

- ✔ 宝洁中国三家工厂实现了
使用可再生能源



废弃物
WASTE

- ✔ 与行业携手建立清晰的回收标准
双易回收标准
- ✔ 小绿宝和大绿宝全年节省纸张
1万吨+



水
WATER

- ✔ 宝洁中国三家工厂已提前实现
水资源利用率**+35%**
- ✔ 太仓工厂的工业废水循环率达到
100%



宝洁(中国)广州入选“灯塔工厂”

3月30日,世界经济论坛(WEF)发布最新“灯塔工厂”名单,宝洁(广州)上榜。本次入选的端到端的供应链包括位于广州的制造工厂、供应链计划运筹中心和新智造中心。这也是继太仓工厂之后,宝洁中国再度获得“灯塔工厂”称号。通过减少“三废”排放,不断降低单位能耗,以及可再生能源的增补。在过去的3年里,黄埔工厂提高了27%的能源利用率并减少了28%的碳足迹排放。



2021-2022年度宝洁中国先锋计划

2021-2022年度宝洁中国先锋计划继续围绕青年与基于自然的解决方案(Nature-based Solution, NbS)主题。来自全国61所高校的社团成员,在宝洁中国及中华环境保护基金会以及9个合作伙伴的带领下,深入了环保领域知识,开展了调研、实践、宣传等NbS主题系列活动。为环境保护贡献中国智慧,发挥青年先锋力量。

2021至2022年度项目开展了六节线上培训课程,结合“气候变化、生态系统碳汇、碳达峰与碳中和气候目标”等时下最热门的环保主题,用详尽的数据、丰富的实践经验和案例分享让先锋青年们学有所得。

在北京2022年冬奥会期间,为了让同学们在这个国际性赛事中体会环保议题的参与和重要性,项目通过300多场“冬奥小课堂”宣讲,向公众传递奥运精神,把冬奥知识和绿色办奥理念普及给8,000多人。

项目期间,社团成员在全国共收集了20,386份NbS主题调研问卷,面向35个NbS案例相关方开展深度访谈,并最终形成了调研报告。调研报告在《联合国气候变化框架公约》第二十七次缔约方大会(COP27)会议期间发布。



“宝洁中国先锋计划”由中华环境保护基金会与宝洁中国于2015年共同发起,旨在为中国环保事业培养未来的领袖人才。项目以“在行动中学习”的方式支持大学生社团发展,培养人才和项目,促进社团专业能力提升。自启动以来,项目与全国各地的枢纽型公益组织合作,为高校热衷环保的学生提供实践指引和资金支持,提升大学生参与环保实践的能力,整合高校社团、社会组织、环保热心人士、公众、基金会和企业等社会资源,扩大高校学生参与环保的深度和广度。项目已为超过26个省市190所高校250个大学生环保社团提供资金与能力建设的支持,为生态文明建设及全球环境治理贡献中国青年的智慧。



宝洁创新绿色电商包装“空气胶囊”新升级 开放行业规模化应用

2021年第四届中国国际进口博览会的现场，宝洁正式推出更轻量、更便利、更可靠的绿色创新电商包装——空气胶囊。它由100%单一可回收材料制成，并采用一体化封口及撕拉线结构设计，无需填充、无需套纸箱、无需胶带，利用0成本0废弃的空气作为核心填充，替代传统纸箱加填充保护的组合，保护性能增强的同时轻量40%。空气胶囊是中国首个获得“双易”认证的快递包装，评级为优秀。94%的消费者在收到空气胶囊后认为空气胶囊包装的开启体验对比以前的电商包装要更好¹。

2022年，在第五届中国国际进口博览会，全新升级的空气胶囊迎来全球首秀。新升级的空气胶囊加入了35%的再生塑料PCR，从而进一步减少原生塑料的使用，并在结构、尺寸等方面迭代升级，带来了适用于不同行业 and 产品的解决方案。宝洁在现场公布了空气胶囊的首个对外合作品牌——膳魔师，这标志着空气胶囊正式开放行业规模化应用。

¹数据来源于对首批购买空气胶囊包装产品的消费者进行的自愿的且不记名方式问卷调查

宝洁上线“空气胶囊及软包装回收计划”小程序 联合GRPG发起“软塑新生”消费品软包装回收项目

为了帮助消费者将空气胶囊等使用单一可回收材料制成的包装投掷到正确的可回收垃圾桶，促进资源循环利用，宝洁在2022年世界环境日上线“这是我们的家——空气胶囊及软包装回收计划”小程序，通过简单的步骤，指引消费者参与单一材质塑料软包装的正确回收，成功参与回收的消费者还可以获取“回收践行家证书”。

此外，2022年7月，宝洁作为主要发起方之一，联合中国物资再生协会再生塑料分会和绿色再生塑料供应链联合工作组（GRPG），发起“软塑新生——消费品塑料软包装回收”项目，通过集合上下游产业链力量，通过宣传和引导，让消费者关注消费品塑料软包装回收再利用，促进单一材质塑料软包装在日常生活中的正确回收分类、投放和再利用，探索社会化普及和回收规范的建立，从而实现物尽其用，助力绿色循环经济。为中国、甚至全球的塑料循环经济发展探索出崭新的模式。



宝洁中国践行环境可持续发展样板工厂：江苏太仓工厂

宝洁太仓厂是宝洁智能智造的领先代表，在2020年获得全球制造业领域工业4.0的灯塔工厂称号。宝洁太仓工厂自建厂起就践行可持续发展理念，全方位积极推进能源低碳化和水资源高效利用。



作为宝洁亚洲首家关灯工厂，太仓厂自2012年建厂起使用可再生电力，获得LEED国际绿色能源与环境设计先锋认证



持续投资新技术提升整个园区的能源效率，利用同步电机代替大功率电机，最新引进的磁悬浮冷冻机技术可以提升能效降低空调系统15%能耗



将人工智能引入到能源管理流程和系统，通过实时能耗监控，智能数据分析及闭环控制提升合理调配能源优化使用



太仓工厂践行绿色发展，全方位积极推进能源低碳化理念和项目，在2021年获得江苏省绿色工厂称号



在用水效率优化及水资源有效重复利用方面进行设计和运营，在废水零排放上，实现工业废水循环率100%



将工业蒸汽和空调系统的冷凝水回收再利用，纯净度可以对标自来水



通过领先的多层膜处理技术，废水经过处理后达到中水回用的标准，高效去污实现100%工业废水循环利用

无用之用 废材可塑

#塑料的第二次生命



宝洁中国美尚事业部“尽责尽美” 持续探索塑料升级回收背后的美学价值

近年来，宝洁中国美尚事业部在减塑环保和废旧塑料升级回收领域不断进行创新性探索。2022年环境日，宝洁中国美尚事业部走进了景德镇浮梁县臧湾乡寒溪村，和大地艺术节合作，号召当地的小朋友和村民一起开启“**塑料回收计划**”。寒溪村村民们回收来的废旧塑料瓶，被我们统一收集，并送往宝洁黄埔厂和合作伙伴的工厂，经过打碎、手工热压，废弃塑料瓶被制成了自然山水画一般的再生塑料彩片。在设计师和团队成员的手工制作下，塑料裁片结合以中国传统皮影文化，变身成为一件件精美的皮影艺术品，向大家讲述了《庄子》中“**无用之用，方为大用**”的寓言故事。最后，塑料裁片和精美的塑料手工艺制品，以另一种形式回到了孩子和村民手中，这也成为了当地小朋友的第一堂环保课，让孩子们看到了保护环境如何从日常生活中的小事做起。宝洁中国美尚事业部希望让消费者能够在环保的生活方式中感受到环保的美和守护环境的意义，鼓励消费者和整个上下游产业链对环保产生积极影响和价值认同。





SK-II now

SK-II

SK-II NOW: 空瓶焕新 改写地球命运

SK-II相信，改变肌肤命运的同时，也能改变这颗蓝色星球的命运。

作为高端护肤品牌，SK-II品牌宗旨是#改变命运#，从改变肌肤命运，到改变生命和星球的命运。支持女性追求她们的命运，并为社会和环境带来积极的变化，这正是SK-II在追求的使命。

SK-II开启了空瓶焕新，改写地球命运¹。目标是回收使用后的SK-II空瓶，以避免材料被废弃。消费者可以回收SK-II指定产品的空瓶，并获得晶透水滴²，兑换晶透好礼。

¹改写地球命运仅为品牌理念

²指SK-II的会员积分，可兑换产品好礼

同时，从2021年9月开始，SK-II与北京市企业家环保基金会携手，支持致力于零废弃领域的女性公益力量，共创零废弃社会，推动积极改变，改写地球命运。共同支持由郝利琼女士领导的上海“爱芬环保”、罗丹女士领导的成都“根与芽”以及陈立雯女士领导的“零废弃村落的成长和发展”并支持3家伙伴机构持续成长发展，创造更多积极改变。活动一上线，就引起了消费者的踊跃参与，截至到2022年10月，消费者已经捐赠了8,100万“晶透水滴”，影响力已扩散至全国40多个社区机构，目标实现垃圾减量750万吨。



宝洁携手六大合作伙伴推出“环保小英雄，地球大不同”活动

今年世界地球日，宝洁延续去年提出的“在家的小行动，地球的大不同”倡议，继续号召消费者从家开始，采取行动，保护我们的地球。同时，今年3月-6月底，宝洁首次将可持续发展故事融入消费者的线下购物体验中，与京东到家、永辉、沃尔玛、大润发、华润万家、物美六大合作伙伴一起，在全国陆续推出“环保小英雄，地球大不同”活动，鼓励和邀请小朋友们和他们的家庭参与线下“认识节能标识、空瓶回收、变废为宝”的系列环保活动，期待孩子们从身边小行动开始，成为环保小英雄，小手牵大手，带动整个家庭参与环保，让可持续的生活方式走入千家万户。



宝洁产品可持续创新



佳洁士锁白系列牙膏

绿色物流直供包装，优化包装设计，每年节省200吨包装材料



欧乐B

部分电动牙刷型号纸包装，减少90%塑料包装使用量



汰渍全新袋装100颗洗衣凝珠

采用可回收软包装，可减少90%³的塑料使用量，助力消费者轻松实现“绿色洗涤”



舒肤佳动物乐园洗手液

补充装洗手液可以帮助减少塑料使用⁶



碧浪专业抗菌洗衣凝珠

盒身可回收利用



当妮新型留香珠

减量优化设计瓶盖，单个旋盖设计，有效减少塑料使用



海飞丝专研去屑洗发水

空瓶可回收⁴



舒肤佳摇摇泡沫洗手块

瓶子搭配补充装可重复使用，瓶身塑料可回收，重量更轻（同等容量的洗手液相比）节约运输能源



风倍清消臭蛋

包装材料中含有纸质材料（卡纸），替代复合塑料，可降解。纯香精成分，与风倍清其它空气除味产品相比，体积更小、重量更轻、运输效率更高¹



JOY洗悦铂金洗碗凝珠

通过产品让更多消费者认识到洗碗机清洗的环保力所在（对比传统手洗方式，使用洗碗机清洗碗碟可以节省50%以上的水及能源消耗²），从洗碗小事助力环保大事。



OLAY第2代淡斑小白瓶

产品主体瓶身从塑料升级为可回收的玻璃材质，每年节省的塑料使用量相当于约280万瓶矿泉水瓶⁵



飘柔免洗护发素

省下每次冲洗护发素的水，约等于一个人2周的饮水量⁷



吉列极光刀

包装获得FSC森林管理委员会认证为可环保材料，更好维持对森林生态系统的保护



植感哲学野生小绿瓶

采用可回收、可重复使用的铝制外包装以及补充装设计，使塑料使用量减少超过62%⁸



博朗剃须刀

产品质量过硬，长达七年使用寿命，并为消费者提供两年质保，减少电子废弃物对环境的污染



帮宝适纸尿裤

外包装采用单一可回收材料制成



护舒宝卫生巾

外包装采用单一可回收材料制成

¹数据来自宝洁公司

²数据来自宝洁公司

³减少90%的塑料使用量指对比同等重量的100颗凝珠放置于盒装中，使用袋装可减少的塑料使用量。数据来自宝洁研发中心。

⁴空瓶可回收仅适用于部分产品线

⁵宝洁内部折算数据。基于550ml的塑料矿泉水瓶的重量进行折算

⁶指对比舒肤佳75mL/225mL洗手液，同等容量洗手液可减少的塑料使用量

⁷数据来源于宝洁内部统计：飘柔免洗护发素每次使用可以节省20升冲洗的水，一个成年人，每天喝水1.5升，一周饮水量约等于21升

⁸源自宝洁内部统计数据，使用铝瓶+替换装的每毫升塑料消耗量对比同等容积塑料瓶装的每毫升塑料消耗量减少了约62%



关于宝洁中国

宝洁公司始创于1837年，总部位于美国俄亥俄州辛辛那提市，是全球最大的日用消费品公司之一，在全球七十多个国家和市场设有工厂或分公司。旗下包括个人美容美发护理、织物和家居护理、婴儿护理、女性护理、家庭护理等十大品类、七十多个品牌产品，畅销一百八十多个国家和地区。

1988年，宝洁进入中国市场，在广州成立了第一家合资企业——广州宝洁有限公司。迄今，宝洁在中国已有八家工厂，九个分销中心，以及一个位于北京的全球创新中心。2017年，宝洁在广州设立了宝洁中国数字创新中心，专注大数据、人工智能、物联网等新技术的开发应用。2021年，继续在广州设立了宝洁湾区研创中心和宝洁大中华区智能技术创新中心，该中心是宝洁在亚洲第一个专门从事智能制造和供应链全链路技术创新的研发机构。

宝洁公司的产品服务于逾十亿中国消费者。飘柔、海飞丝、潘婷、沙宣、舒肤佳、OLAY、帮宝适、护舒宝、碧浪、汰渍、佳洁士、欧乐-B、博朗及吉列等二十多个品牌深受中国消费者的喜爱。

“亲近生活，美化生活，为现在和未来的世代”这一宗旨不仅体现在宝洁的品牌产品和服务上，更体现在宝洁企业公民责任中。进入中国市场三十多年来，宝洁一直积极分享全球企业社会责任理念 和实践，并通过在社区公益、环保和赈灾领域持之以恒的努力，积极践行作为中国企业公民的责任，成为中国社会一股积极向上和向善的力量。

公司宗旨和企业公民责任

与宝洁全球一样，在中国，宝洁始终坚持“亲近生活，美化生活”的宗旨，通过细微而有意义的方式，不断美化现在和未来世代代消费者的生活。这一宗旨不仅仅体现在宝洁公司的产品品牌 和服务上，更体现在宝洁企业公民责任中。宝洁不仅想成为中国商业的一部分，更想成为构建中国未来的一分子，成为社会中一股积极向善和向上的力量。多年来，宝洁中国一直通过在社区影响、平等与包容、环境可持续发展等方面的一系列努力，积极承担和践行作为企业公民的责任，并积极分享企业社会责任理念和实践。



表彰和奖项

这些表彰和奖项认可了我们致力于成为社会一股向上和向善的力量所带来的影响。

此处徽标均为其相应公司所有，经许可后方可使用

入选3BL Media
2022年度
百佳企业公民榜单



入选《福布斯》
“2022年美国最具
多元化雇主”榜单



入选《财富》杂志
“2022年最受
赞赏的公司”榜单



入选《巴伦周刊》
2022年度最可持续
发展公司榜单



入选《福布斯》
2022年度全球
最具创新力公司榜单



投资者ESG讯息

宝洁向投资者提供广泛的目标、成果、政策和实践信息。敬请访问宝洁官网了解更多详情

SASB | CDP | GRI | TCFD



欲了解更多信息，请点击访问
pg.com/citizenship



前瞻性声明本报告中的某些陈述，包括与宝洁环境可持续发展、平等与包容相关的陈述，以及其它ESG目标、估计、预测、目标、承诺和预期结果，以及这些陈述所基于的假设是《1995年个人证券诉讼改革法案》、《1933年证券法案》第27A条和《1934年证券交易法案》第21E条所指的“前瞻性陈述”，通常使用“相信”、“预计”、“预期”、“打算”、“机会”、“计划”、“项目”、“将”、“应该”、“可以”、“可能”等表述以及其他类似措辞。前瞻性陈述基于当前的假设，这些假设受到风险和不确定性的影响，可能导致实际结果与前瞻性陈述之间存在重大差异，包括宝洁 2022年年报10-K表格1A项风险因素中提到的风险和不确定性。此类前瞻性陈述仅在做出之日提及，我们没有义务公开更新或修改任何前瞻性陈述，除非法律另有要求。

本报告信息涵盖2021年7月1日至2022年6月30日的相关信息。如对本报告有任何疑问，可直接致函mediateam.im@pg.com