2021年度
企业公民责任报告

摘要

本文档包含一系列交互式元素，建议使用Adobe Acrobat或Adobe Reader查看。







来自CEO的一封信
抗击新冠疫情
社区影响
平等与包容
环境可持续发展
道德与企业责任
向上向善的品牌力量
践行善举
表彰和奖项

尊敬的各位伙伴：

借此机会，我想重申一下宝洁对于积极履行企业社会责任的承诺。

一直以来，我都非常重视这方面的承诺。在我看来，宝洁是与社会联系最为紧密的企业之一。公司184年的发展历程已经充分证明，我们的发展能力与我们恪守企业社会责任、积极向善有着直接的关联，而公司的发展也有助提升我们积极向善的能力。我们的目标是成为一股向上和向善的力量。这两者相辅相成、密不可分。

企业公民责任是我们在环境、社会和治理（Environmental，Social，Governance，简称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。

接下页 ›


社区影响


平等与包容


环境可持续发展


道德与企业责任



“我们的目标是成为
一股向上和向善的力量。这两者
相辅相成、密不可分。”

JON R. MOELLER
宝洁总裁兼首席执行官

来自CEO的一封信

抗击新冠疫情

社区影响

平等与包容

环境可持续发展

道德与企业责任

向上向善的品牌力量

践行善举

表彰和奖项

过去的几十年里，环境可持续发展理念已经融入宝洁的企业经营之道。我们不断努力加强对环境的积极影响，并助力消费者和供应商也能做的更好。在9月份，我们发布了一项全面的应对气候变化行动计划——“净零2040”，以加快采取应对气候变化的相关行动。此外，我们还制定了全新的目标，即到2040年实现全球运营和供应链温室气体净零排放；并制定了2030年阶段性目标，力争未来十年内在相关工作中取得实质性进展。

在社区影响方面，我们致力于为身陷困境的人们和社区提供支持。我们一直以来持续通过捐款捐物、为社区提供个人防护装备等方式，帮助世界各地的人们抗击疫情。与此同时，我们还为遭遇火灾、洪水、台风、飓风和其他灾害的人们送去温暖。而我们的标志性社区影响项目——“宝洁儿童安全饮用水计划”，已向全球有需要的人们提供超过190亿升洁净饮用水。

在促进平等与包容方面，我们渴望为所有人建设一个平等与包容的企业和世界。宝洁多元化的员工队伍不断追求创新，推动我们业务的发展，并为我们的社区提供支持。我们通过短片、广告和开展项目等多种形式，借助我们的声音来推动行业乃至整个社会的平等。我们相信，当品牌和企业用富有意义的方式积极参与和支持平等时，这将为所有人带来一个更加美好的世界。

道德与企业责任是宝洁开展一切工作的基石，这其中包括我们为履行企业公民责任而开展的工作。建立和维持一家跨越180多年的稳健企业，有赖于我们在开展每一项工作时都坚持恪守严格的道德、合规和质量标准。这正是我们能够赢得消费者信任、吸引合作伙伴、获得股东投资的一个重要原因。

正如我之前所述，我相信宝洁是与社会联系最为密切的公司之一，这就意味着我们必须承担起应尽的社会责任，不仅对消费者、员工和股东如此，而且对我们的客户、社区乃至整个世界也是如此。

宝洁员工共同担负起责任——任何一个人都无法凭一己之力履行这样的责任，但只要我们彼此团结一心，并与重要合作伙伴携手合作，就能够实现目标并保持增长，继续成为一股向上和向善的力量。



JON R. MOELLER
宝洁总裁兼首席执行官



读者须知

本文件包含一系列互动元素——您可以点击相应按钮以显示更多信息。部分功能可能无法在网络浏览器中使用，或无法在手机或平板电脑上使用。

来自CEO的一封信

抗击新冠疫情

社区影响

平等与包容

环境可持续发展

道德与企业责任

向上向善的品牌力量

践行善举

表彰和奖项

抗击新冠疫情

当新冠疫情来袭时，我们制定了明确的应对策略，将工作重点放在以下三个方面——

保护宝洁员工　**服务消费者**　**支持社区**

我们为宝洁员工提供必要的抗疫资源，确保他们的安全。我们为消费者带来值得信赖的品牌，帮助他们照顾个人的健康和卫生，并为他们和家人创造健康的居家环境。除此之外，自疫情爆发以来，我们已累计捐赠价值数千万美元的产品、物资和现金，向遭受疫情影响的人们和社区提供帮助。

此处仅列举部分例子，展示宝洁在人们迫切需要帮助时挺身而出，致力于成为向善的力量。



全球

请点击相应图标了解详细信息

来自CEO的一封信

抗击新冠疫情

社区影响

平等与包容

环境可持续发展

道德与企业责任

向上向善的品牌力量

践行善举

表彰和奖项



社区影响

今年发生的很多不寻常的事，让每个人意识到什么才是最重要的。作为一家企业，**我们的职责不仅是为消费者提供值得信赖产品，以呵护他们的个人健康和卫生，为他们营造有益健康的居家环境，同时也要加快步伐，成为社会上一股向善的力量。**

在宝洁，我们通过在我们的社区中兑现承诺，将“向善”的理念付诸实践。

回馈社区植根于我们的企业和文化之中。180多年来，我们始终致力于服务我们的社区，通过以下方式帮助提升社区生活品质：

与我们的伙伴合作一道
提供清洁饮用水

在灾难发生后
为受灾的人们提供帮助

在人们需要的时候
捐赠产品和资金

通过我们的品牌
发挥积极作用

来自CEO的一封信

抗击新冠疫情

社区影响

平等与包容

环境可持续发展

道德与企业责任

向上向善的品牌力量

践行善举

表彰和奖项



宝洁在VAX LIVE慈善演唱会上宣布捐赠500万美元资金，助力全球疫苗免疫联盟（GAVI）向全球提供超过

200万支

新冠病毒疫苗。



我们为奋斗在各地抗疫一线的宝洁员工提供支持。

阅读更多内容

在过去的一年里，我们加强了对30多宗紧急事故的善后援助工作，并通过以下途径提供帮助——

- 推出汰渍“承载希望（Loads of Hope）”项目并提供其他洗衣服务
- 与Matthew 25: Ministries开展合作
- 提供清洁饮用水
- 向受到灾情影响的家庭提供帮助
- 捐赠产品、资金以及其他物资

Tide ARIEL Safeguard Family Germ Protection Rejoice

阅读更多内容



通过我们的品牌、员工和资源，以独特的优势来帮助受灾影响社区恢复正常生活。

来自CEO的一封信

抗击新冠疫情

社区影响

平等与包容

环境可持续发展

道德与企业责任

向上向善的品牌力量

践行善举

表彰和奖项



通过“儿童安全饮用水计划”，为全球提供

190亿升[1]

清洁饮用水。

P&G Children's Safe Drinking Water

阅读更多内容

[1]截至2021年10月

1亿



得益于帮宝适与联合国儿童基金会之间的合作，全球1亿妇女及其新生儿免于罹患孕产妇及新生儿破伤风。



新生儿破伤风死亡率降低60%。

Pampers supports unicef for every child

阅读更多内容

联合国儿童基金会（UNICEF）不代言任何公司、品牌、产品或服务。

我们通过向大辛辛那提联合募捐会（United Way of Greater Cincinnati）捐赠超过

1100万美元

为我们家乡的社区提供帮助。

阅读更多内容



来自CEO的一封信

抗击新冠疫情

社区影响

平等与包容

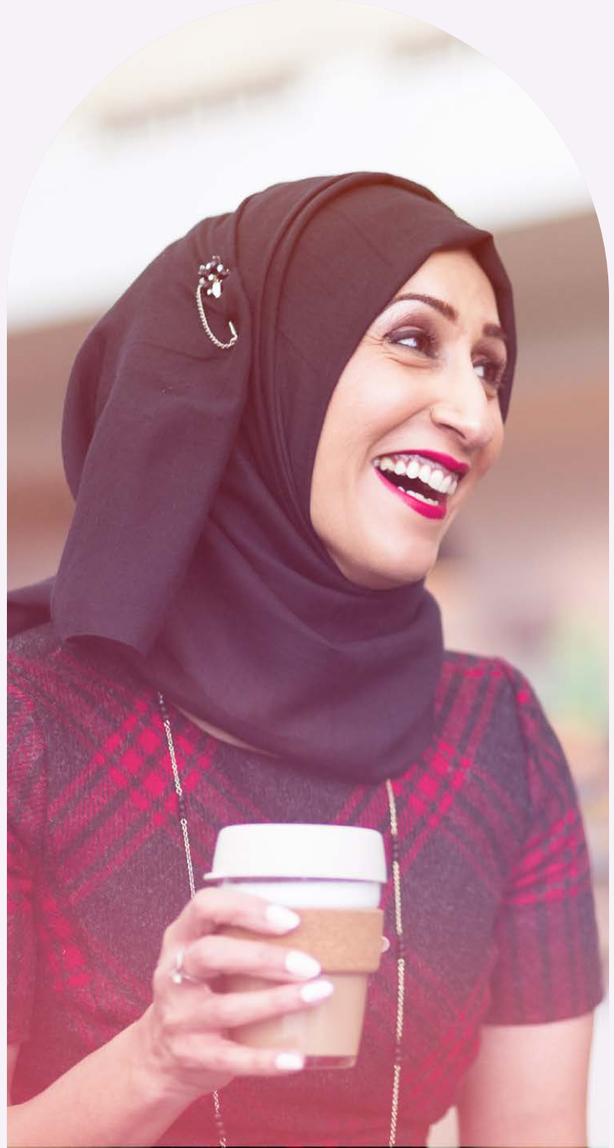
环境可持续发展

道德与企业责任

向上向善的品牌力量

践行善举

表彰和奖项



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**；一个以尊重和包容为企业文化基石的世界；一个人人都能平等地获得学习、成长、成功和发展机会的世界。

我们致力于在自身开展的行动中保持可见性，并始终恪守我们对员工的承诺，同时还通过擅长的品牌优势，与业务伙伴携手合作，从而不断推动世界各地发生重要变化。

宝洁在广告方面的承诺

推进员工队伍的多元化建设

员工

品牌

合作伙伴

社区

我们致力于加快在家庭、工作和社会中实现性别平等的步伐。



2021年6月，在联合国“平等的一代”论坛上，我们做出了三项承诺，包括：

在2025年前向女性创立和女性领导的企业投资100亿美元；

与非营利组织“Promundo”携手合作，通过让男性参与进来，共同推进性别平等；

自身品牌的广告和媒体，准确展示女性形象。

always whisper Secret

阅读更多内容

在英国、美国和西班牙，我们在大部分宣传广告中添加了音频，让这些广告能够触达当地超过

2500多万

的视障人士。

阅读更多内容



来自CEO的一封信

抗击新冠疫情

社区影响

平等与包容

环境可持续发展

道德与企业责任

向上向善的品牌力量

践行善举

表彰和奖项



我们推出了“Widen The Screen”计划，这是一个大型创意合作平台，旨在提升黑人创作者在广告、影视和媒体等行业的参与度。

阅读更多内容

我们致力于用自己的声音准确地、切实地提高全社会对LGBTQ+群体的关注度。

我们与同性恋者反诋毁联盟（GLAAD）合作推出了“关注度计划”（The Visibility Project），致力于提高LGBTQ+群体在广告中的曝光度。

glaad

潘婷推出的#HairHasNoGender 活动探讨头发在表达个性上的力量



PANTENE

阅读更多内容

630万观众和听众收看了今年的“骄傲月不能停止”线上慈善活动，为LGBTQ+群体筹集善款超过

420万美元。

阅读更多内容



来自CEO的一封信

抗击新冠疫情

社区影响

平等与包容

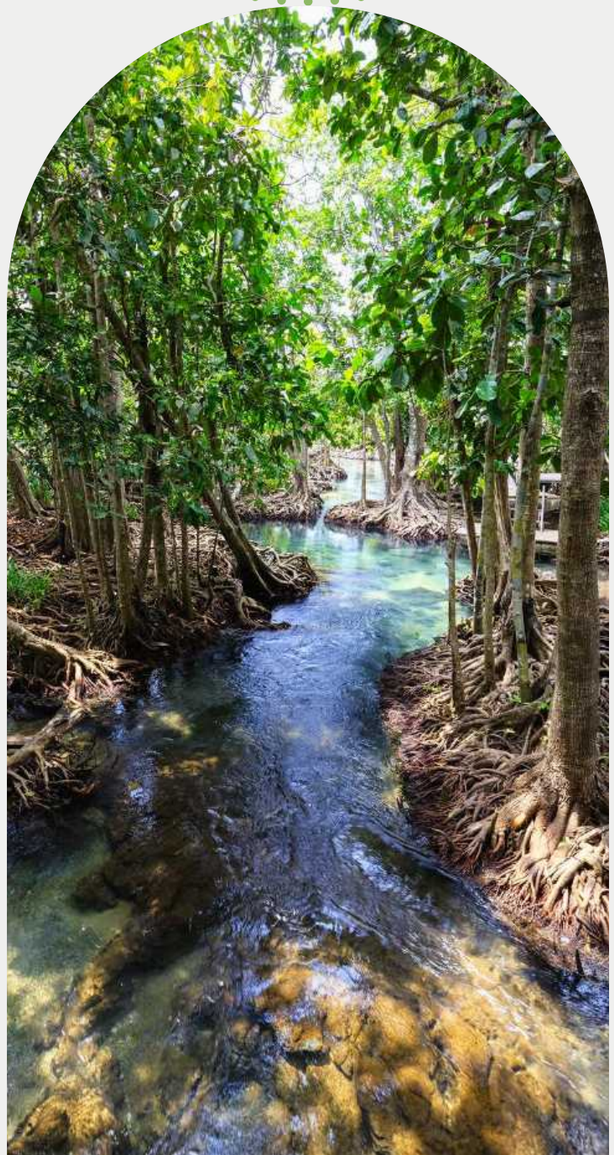
环境可持续发展

道德与企业责任

向上向善的品牌力量

践行善举

表彰和奖项



环境可持续发展

在宝洁，环境可持续发展理念已经融入到我们的企业运营之道。**我们有责任让世界变得更加美好。宝洁致力于为我们的家、我们的社区和我们的星球带来积极影响**，特别是在气候、森林、水和包装等领域产生。

宝洁致力于将可持续发展理念融合在产品创新当中，同时能够保证产品的卓越性能。我们还积极减少企业和产品的碳足迹，并努力在供应链中采取更多的循环方法。此外，宝洁与多个外部组织建立伙伴关系，以共同应对人类当前面临的一些最具挑战性和最复杂的问题。宝洁员工始终将可持续发展理念当作日常工作的一部分，而不是公司强加给员工的要求。

只要我们携手努力，就可以创造美好未来，为未来的世世代代保护好我们的地球，保护好我们共同的家园。

气候 > 森林 > 水 > 包装 >

来自CEO的一封信

抗击新冠疫情

社区影响

平等与包容

环境可持续发展

道德与企业责任

向上向善的品牌力量

践行善举

表彰和奖项

我们取得的进展

气候

2021年9月，我们**宣布了一项全新可持续发展目标**，即在2040年前实现全球运营和供应链（从原材料到零售环节）温室气体净零排放。同时，我们还设定了2030年阶段性目标，力争未来十年内在相关工作中取得实质性进展。我们还发布了一份全面的**《气候变化行动计划》**，其中概述了我们加快推进应对气候行动的方法和未来面临的主要挑战。

宝洁制定的科学净零排放计划将优先大幅减少公司整体运营及供应链（从原材料采购到零售环节）的碳排放量。对于这些类别中无法消除的残余排放，宝洁将使用与碳去除和储存相关的基于自然或技术的解决方案。

宝洁2030年全新目标建立在原“**使命2030**”的基础之上，旨在减少温室气体排放，具体包括：

将公司整体运营的碳排放量减少50%[4]。从2010年到2021年，宝洁已通过提高能源效率和采购可再生能源等手段，将公司从2010年以来全球业务产生的范围一和范围二绝对排放量减少56%。在持续减排的同时，宝洁也在努力推进应对气候变化的基于自然解决方案，以抵消2030年之前公司整体运营中无法消除的剩余排放。

到2030年，将整个供应链的碳排放量减少40%[5]。

使用100%可再生能源电力。宝洁制定了在2030年之前实现在全球范围内使用100%可再生电力的目标，目前这一目标已完成98%。

将上游成品的运输效率提高50%[4]。



查看完整的净零排放路径图

[4] 与2010年基线相比

[5] 与2020年基线相比，重点品类每单位产量的碳排放量占供应链碳排放总量的90%以上

来自CEO的一封信

抗击新冠疫情

社区影响

平等与包容

环境可持续发展

道德与企业责任

向上向善的品牌力量

践行善举

表彰和奖项

我们取得的进展

宝洁专注于确保我们以正确的方式做正确的事情，即基于科学和基于自然的解决方案进行创新，进而促进长远发展。我们认为，确保人们不必在当前使用的产品和未来想要的世界之间做出选择，是我们应肩负的责任。

森林

宝洁**家庭护理品类**的产品使用100%经认证的纸浆，我们会优先选择经过森林管理委员会（FSC）认证的纸浆，并计划在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%。

我们致力于以负责任的态度采购棕榈油。我们是棕榈油可持续发展圆桌会议（RSPO）组织成员，致力于遵守2018年棕榈油可持续发展圆桌会议制定的各项原则和标准。截至2021年，宝洁旗下所有消费品牌均使用100%经RSPO认证的棕榈油。**ESG门户网站**

水

宝洁正在贡献自己的力量，为人类和大自然保护水资源。2020年，我们与博那维尔环境基金会（Bonneville Environmental foundation）推出的全球水管理项目（BWS）开展合作，通过该项目，为面向加州萨克拉门托河和美国河流域的六个项目提供资助，旨在对淡水生态系统以及社区和企业的供水带来长期的积极影响。预计这些项目总共将为人类和大自然恢复超过30亿升淡水。我们还将运营过程中每单位产量的用水效率提高了25%[6]并采购了31亿升循环水。环境影响力概览（**Mapping Our Impact**）。

宝洁正在积极与各方合作，争取实现为自然界和人类恢复

30亿升

淡水的目标。



[6] *与2009-10基准财年比较后得出的数值*

图片来源：艾米丽•莱因哈特（Emily Reinhart）

包装

2021年，我们73%的消费产品包装实现可回收或可重复使用；未来，我们将继续努力，实现产品包装100%可回收或可重复使用。



我们继续朝着采用

100%

可回收或可重复使用包装的方向努力。



来自CEO的一封信

抗击新冠疫情

社区影响

平等与包容

环境可持续发展

道德与企业责任

向上向善的品牌力量

践行善举

表彰和奖项



宝洁及旗下各大品牌致力于借助我们的声音、影响力、创新成果和专业知识，让可持续发展理念深入人心。

IT'S OUR HOME P&G

76%

的消费者希望自己选择的品牌有助于提高环保意识。



71%

的人想要在家里做出更多有助于可持续发展的行动。



阅读更多内容

宝洁带头发起“50升水家庭节水联盟（50L Home Coalition）”活动，让人们每天用水量降至

50升

但依然享受到用水500升的生活品质，重新开创地球水资源的未来。

阅读更多内容



来自CEO的一封信

抗击新冠疫情

社区影响

平等与包容

环境可持续发展

道德与企业责任

向上向善的品牌力量

践行善举

表彰和奖项

汰渍和碧浪通过鼓励消费者更多地选用低能耗洗涤产品，已经累计减少碳排放约

1500万公吨。

阅读更多内容



汰渍发起的“冷水洗涤（Turn to Cold）”倡议行动鼓励消费者改用冷水洗涤，将洗涤能耗降低90%。



阅读更多内容

碧浪的倡议行动旨在到2025年之前，在欧洲地区实现平均洗涤温度降低5度的目标。



阅读更多内容



我们致力于提高网站的透明度，建立了投资者门户网站，并通过互动地图详细介绍我们在环境、社会和公司治理等方面所做的努力。

阅读更多内容

来自CEO的一封信

抗击新冠疫情

社区影响

平等与包容

环境可持续发展

道德与企业责任

向上向善的品牌力量

践行善举

表彰和奖项



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。

同样，要使我们在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（PVP）**。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。

宝洁公司通过旗下各大品牌为全球近50亿人提供服务。我们的业务足迹遍及全球近70个国家，并拥有值得信赖、全球领先的优质的品牌矩阵在我们为全球消费者提供服务的同时，我们笃信并公开承诺做正确的事、做良好的企业公民。取得这样的成绩并非偶然，而是通过开展各项工作，并从中确立的精细化、恪持原则的治理实践来实现的。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生产。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由此产生的影响。总的来说，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。

点击此处，了解更多信息↗

来自CEO的一封信

抗击新冠疫情

社区影响

平等与包容

环境可持续发展

道德与企业责任

向上向善的品牌力量

践行善举

表彰和奖项

向上向善的品牌力量

宝洁旗下各大品牌正在努力成为一股向上向善的力量。我们为全球50亿人服务，拥有如此庞大的消费群体为我们提供了一个独特的机会：我们不仅能够通过卓越的产品满足消费者的需求，而且还能够引发讨论、影响人们的态度、改变人们的行为，并产生积极的影响。

品牌肩负着社会和环境责任。为了不断超越自己，宝洁在2018年设定了一项目标——到2030年，**100%的领导品牌致力于引领负责任消费**。为此，宝洁公司旗下各大品牌将社会影响和环境可持续性作为其品牌战略制定和执行的核心。

面对2030年发展目标，我们

65%

的领导品牌已经达成了第一个里程碑。





来自CEO的一封信

抗击新冠疫情

社区影响

平等与包容

环境可持续发展

道德与企业责任

向上向善的品牌力量

践行善举

表彰和奖项

向上向善的品牌力量

宝洁公司旗下各大品牌将社会影响和环境可持续性作为其品牌战略制定和执行的核心，并在产品、包装、沟通、产品使用和供应链等领域取得八项重要成果。在实现2030年目标的过程中，公司会按照不同的要求，根据特定的里程碑对各品牌进行评估。

如今，宝洁65%的领导品牌已针对前述八项成果的要求制定了明确的、可衡量的目标，并将实现这些目标的行动系统性地整合到其端到端业务流程中，从而达成了第一个发展里程碑。展望未来，各品牌将采取一致行动，努力持续取得重大进展，对社会和环境产生显著的积极影响。



1 设定重要目标
战略整合

2 按部就班实现
所有目标

3 重大进展

2030 实现2030年目标

点击以下内容，了解宝洁旗下部分品牌在这方面付出的努力

always
环境 ↗
社会 ↗

DAWN ULTRA
环境 ↗
社会 ↗

Gillette
环境 ↗
社会 ↗

Pampers
环境 ↗
社会 ↗

PANTENE
环境 ↗
社会 ↗

Tide
环境 ↗
社会 ↗

来自CEO的一封信

抗击新冠疫情

社区影响

平等与包容

环境可持续发展

道德与企业责任

向上向善的品牌力量

践行善举

表彰和奖项

践行善举

一代又一代的宝洁人都始终致力于帮助消费者、社区以及我们的员工渡过难关，同时为他们提供众多深受依赖的产品，帮助他们呵护个人健康和卫生、照顾家人并营造有益健康的居家环境。

今年依然是充满挑战的一年，但同时我们也迎来了一些光明的时刻，这不仅彰显了社区的重要性，同时也表明只要我们携手同心，就能够战胜困难。这一年里，我们通过PGGoodEveryDay.com、PGGoodEveryDay.ca、wirGemeinsamStaerker.de、PGBonus.ru及其他线上平台向消费者发出邀请，与我们一起践行更多善举。



正如我们在《情感》短片中所看到的那样，我们天生具有8种情感，其中最有力量的是爱。

出于对彼此的同理心，在今年，我们承诺为我们的社区、为促进平等以及为我们的地球家园践行“2021件善举”。如今我们已经实现了这一目标，本报告所载的故事只是我们与众多合作伙伴共同开展的工作的一个缩影。

我们与Katie Couric Media合作，制作了“始于爱，向前行”系列短片，重点呈现了班尼特姐妹（Bennett Sisters）、艾米丽（Emily）、克里斯托（Crystal）、斯泰西（Stacey）和鲁迪（Rudy）牧师的故事。点击此处，观看视频，了解他们的故事。

我们希望通过这些故事去吸引、触动和激励更多的人（包括你在内）加入我们的行列，始于爱，向前行。

我们承诺在今年为我们的社区、为促进平等以及为我们的地球家园践行“2021件善举”。



2021年度
宝洁企业公民责任报告
中国案例







社区影响

宝洁携旗下品牌抗击疫情
智慧科技助力一线

2021年6月，宝洁携旗下品牌舒肤佳、护舒宝、碧浪向广州抗疫一线工作人员提供12万件舒肤佳免洗洗手液和抑菌洗手液、100箱护舒宝考拉裤及6000件碧浪衣物家居除菌液。







疫情期间，荔湾区部分区域受疫情影响封闭。一些受封控管理的老旧小区不方便车辆进出，导致抗疫物资最后一百米的配送存在困难，加大了一线工作人员和志愿者们的工作量。了解到相关挑战后，宝洁迅速联系当地政府部门，组织宝洁智能技术创新中心的专门团队，着手研究如何把公司与第三方联合开发的多种无人驾驶载具与疫情地区物资派发结合场景应用。封闭措施实施四天内，两辆无人驾驶载具率先进入封闭疫区内进行测试。第二天，另外三台无人驾驶载具也加入抗疫行动，共同为小区内的一线工作者配送餐食。投入运行的无人驾驶载具，其初始技术是宝洁制造基地园区内作为货运穿梭自动载具的原型机，此次结合场景技术改造并升级到5G系统。同时，它也实现了无接触柜门弹开分发，将可能的人体接触面降至最低，不仅加强了安全系数，还提升了运送物资的效率。每辆无人驾驶载具总承载力达400公斤，每趟可送出1500个盒装餐食。无人车在封闭区域内运行期间，共计运行车次203趟，运送餐食9781份，瓜果蔬菜等物资256框，以及慰问品等超1300份，极大减少了一线工作人员在最后一百米的物资配送压力。

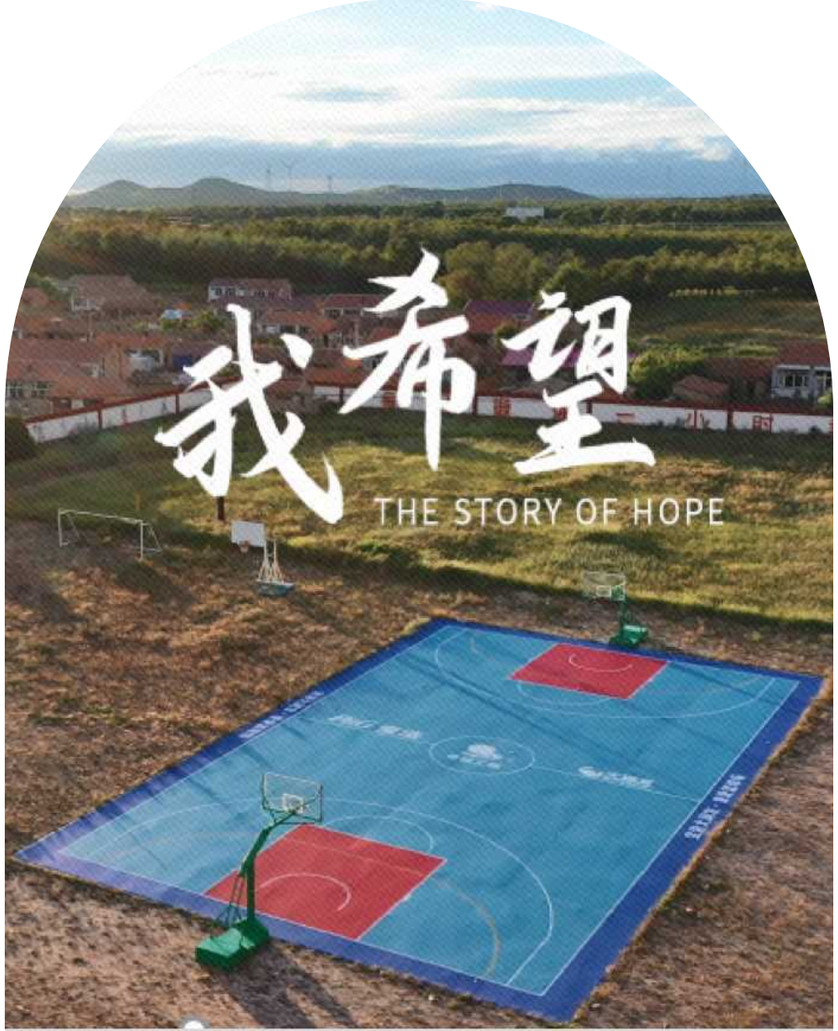
宝洁支持希望工程25周年
携手团中央维护青少年权益部开展全新公益合作



今年是宝洁支持希望工程第25年。在今年9月开学季，宝洁公益短片《我希望》温情上线。这部短片讲述了三位宝洁希望小学毕业生的故事，他们是80后、90后和95后的代表，也是过去25年间，遍布中国28个省、市、自治区200多所宝洁希望小学，超过35万受益儿童的缩影。

9月24日，由团中央维护青少年权益部、中国青少年发展基金会主办，宝洁提供公益支持的“播种健康新希望”12355青少年健康守护行动启动仪式暨宝洁支持希望工程25周年探访活动在云南省楚雄州禄丰市宝洁希望小学成功举办。“播种健康新希望”12355青少年健康守护行动聚焦青少年身体健康、卫生健康、心理健康、自护教育、生命教育等内容，涵盖课程研发、队伍建设、送课入校、暑期研学、日常咨询五大板块，同时依托全国20个12355青少年服务台，为包括宝洁希望小学在内的40所乡村学校配备健康守护员，定期入校开展教学和实训活动。







宝洁携旗下品牌援驰河南 关注灾区人民灾后防疫

2021年7月，河南郑州等地发生严重洪涝灾害。宝洁中国密切关注当地灾况，携旗下品牌快速响应，紧急调拨十余万件洗消、清洁、卫生护理产品，并通过专业救灾组织壹基金运往河南。这些由汰渍洗衣粉、碧浪洗衣液、佳洁士牙膏和牙刷、护舒宝卫生巾及海飞丝洗发水组成的救灾物资，被分装成一万个家庭救灾箱，按需发放给当地受灾群众，以帮助解决他们的个人卫生所需。



宝洁顾客体验与传播部 发起“宝洁关爱+”项目

“宝洁关爱+”项目旨在用爱为消费者塑造有温度的服务体验。我们开展以助力女性消费者为主题的关怀行动，为守护抗疫一线的女英雄、守护家庭的伟大母亲等10余名女性带去力量、温暖和关爱。

在此关怀行动当中，针对上百名和我们一样自发想要帮助女医护的爱心消费者，我们还成立了特别专项小组，在仓储物流受限的情况下，排除万难，成功帮助消费者捐赠110箱用品给一线女性防疫工作者。不仅助力消费者实现爱心愿望，也是宝洁通过有温度的服务践行向上向善的承诺。

SK-II携手游泳运动员刘湘 通过#改写命运#基金回馈社会

2021年7月16日，SK-II携手中国游泳运动员刘湘通过#改写命运#基金，共同为社会带来积极改变和影响，持续践行#改写命运#的品牌理念。

从当日起，在中国境内的SK-II授权渠道每售出一瓶护肤精华露新装特别版，SK-II将会通过#改写命运#基金捐出人民币10元。这笔捐赠将与刘湘共同支持北京新阳光慈善基金会“新阳光病房学校”，旨在帮助长期住院的大病儿童在住院治疗期间能持续接受成长教育。作为SK-II品牌核心理念的一部分，SK-II于2021年5月成立#改写命运#基金，支持女性追求命运、推动积极改变。40年来，SK-II始终如一致力于帮助女性实现肌肤焕变，感受“改写命运”的品牌理念。



舒肤佳：健康传中国

2008年起，舒肤佳就将“全球洗手日”融入中国洗手教育与洗手设施建设活动。自2020年起，舒肤佳升级公益行动，开启健康传中国教育与公益项目，致力于向1亿人普及卫生知识与正确洗手习惯。截止到2021年10月，项目覆盖11个省（自治区、直辖市）的550所乡村小学落地2,253个洗手设施，帮助236,663位乡村学生获得卫生设施和健康教育课的全面支持。普及卫生知识和正确洗手习惯超过4000万人次。





帮宝适：关爱早产儿家庭公益项目

2021年9月，中国妇女发展基金会联合帮宝适启动“关爱早产儿家庭”公益项目，帮宝适向该公益项目捐赠18万片帮宝适早产儿纸尿裤和50万元公益培训资金。该项目通过四川省妇女儿童基金会为四川省凉山州、阿坝州、达州市、雅安市和德阳中江县5个欠发达地区早产儿家庭送去物资关爱，为新生儿科医护和早产儿家庭开展科学育儿指导公益培训。

佳洁士：钻石笑容角

2021年3月，佳洁士联合中国青少年发展基金会，启动“绽放第一次闪耀”公益项目，为广东、湖南、陕西、安徽、河南省的8所希望小学捐赠“钻石笑容角”，搭建闪耀舞台和音乐角，给乡村孩子们带去展现自我，绽放自信光芒的舞台。2022年，佳洁士将继续致力公益，让更多乡村希望小学的孩子们拥有自信笑容，绽放第一次闪耀。



平等与包容

宝洁中国推出全新育儿假政策

在宝洁，我们渴望为所有人建设一个平等与包容的企业和世界。我们相信照顾家庭的责任不分性别，而初为父母更是令人兴奋的人生重要阶段。为了让每一位宝洁员工享有平等照顾子女的机会，让宝宝的早期阶段可以在父母共同陪伴的环境里成长，宝洁中国推出全新育儿假政策：自2022年1月1日起，男员工在成为父亲后的一年内将可享有8周的带薪假期。这个新的福利政策是宝洁在积极推动平等与包容旅程中的一个重要里程碑，这并不仅仅是政策变化，而是移风易俗，迈向父母共同呵护孩子的一步。



宝洁中国推出全新育儿假政策
迈出促进平等与
包容旅程重要一步



潘婷 PANTENE

OLAY

宝洁中国美尚事业部“青年女导演计划”以女性之力为“她”发声

3月8日妇女节来临之际，宝洁美尚事业部联合WWD（国际时尚特讯）、山一国际女性电影展，携手新锐女导演发布了一组全女性创作团队制作的限定短片，以女性视角，为女性发声。

两条主题短片《闪耀如她》《不惧人言，我就是美》，分别由宝洁旗下潘婷以及OLAY，携手两位新锐女导演呈现。这是宝洁美尚事业部“青年女导演计划”的一部分，旨在助力新锐女性导演的发展，为她们提供平台和机会，为更多女性带去力量和鼓励。两条主题短片不仅以一个全新的女性视角，唤起对女性的公平对待，鼓励女性活出自己的美；更是从源头支持女性发展，激发女性潜能，提供创作机会和资源，帮助女性创作者有更多的发声之处。

护舒宝：我就是女生

支持医护人员，护舒宝一直在行动。今年，护舒宝再次联合妇女发展基金委员会和壹基金发起抗疫物资捐赠，支持疫情所在地区的前线医护工作者，第一时间将护舒宝考拉裤和护舒宝舒隐成人裤，送达给吉林通化，河北和广州的医护工作者们。





2021年东京夏季奥运会，护舒宝作为全球奥运合作伙伴，和女生运动员宋懿龄、常园、曾文蕙合作，发起了#投入就很酷我就是女生#的讨论，致力守护所有女生们的自信和勇气，鼓励女生们自信勇敢的投入自己的热爱。

护舒宝官方微信平台首次开放青春期健康教育知识讲义：让过去每年350万女生一生只上一次的青春期健康教育课程，变成约7千万青春期少女随时随地，触手可及的青春期健康教育知识普及。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，陪伴青春期女生自信健康成长。让更多女生的第一次经期，可以有备而来。

2019年起，护舒宝发起了#我就是女生#乡村学校厕所改造计划，预计在未来10年，改造50所乡村学校厕所，守护25,000女生的自信心。今年是乡村厕所项目的第二年，一共有10所卫生间改造完成投入使用，正在给全国乡村地区更多的孩子带去明亮干净的现代化卫生间。



飘柔：让美触手可及视障公益项目

自1989年进驻中国市场以来，32年间飘柔都在用品牌的力量，产品的创新持续助力公益。飘柔同样关心着视障朋友们，飘柔相信，他们需要被“看见”，被理解。

在这样的思考下，我们让飘柔品牌电商页面的图像变得可读，我们在免洗护发素瓶身包装上加入可触摸识别位置的二维码。视障朋友们只需要用手机扫描二维码，就能进入“简单变美”微信小程序，轻松地了解关于变美的音频信息，我们也和李佳琦进行合作，结合他的旁白，把平时看不到的图片和产品信息形象的展现给视障朋友们。同时我们也推出了行业第一支无障碍版本的广告片，邀请四位视障女生主演，把他们的故事分享给更多的人。也希望能通过这样美的通识教育，让世界看到他们的美。因为飘柔始终相信，美是平等的，美也应该是触手可及。





潘婷：鼓励职场女性，敢于闪耀，敢于直面社会偏见和职场刻板印象

因为打扮精致就被认为不务正业？因为看起来温柔就被认为没有领导力？因为“女人味”就被质疑没实力？这是女性身处当代职场下，遭遇的潜在又普遍的性别偏见。面对这些性别刻板印象，很多女性会觉得“美和成功或许只能二选一”，也会下意识地隐藏自己女性化的特质，剪去长发、刻意遮掩、模糊性别，以此“更安全地”获得职场上的认可。

潘婷希望，女性可以自信地做自己，而不是迫于社会压力做出改变。正如潘婷始终相信的，女人征服职场的模样，也可以很漂亮。女性化和美丽，绝不是职场单选题！也以此提醒全社会，没看见她们经历的大风大浪时，别轻易以外貌、气质、颜值便质疑女性的实力,敢于对社会刻板印象说“不”。

潘婷坚信，女性的美丽应该是由内而外散发的气场和魅力，而所有的女性都有权利选择美，自信做自己，敢于闪耀。

沙宣：鼓励平等包容，多元审美拒绝标签化

“标签化”的现象一直围绕着我们，人们总是会不自觉地为一些行为贴上标签。沙宣倡导拒绝标签化，打破各种条条框框。有调性，有风格，有特色，千差万别，却都是真实的你我。沙宣认为，人人都有生而有型的权利，型无定式，我们鼓励多元化的表达，也呼吁对多元化审美的包容性，让当代青年勇敢表达个性自由，敢试敢型。#IFOLLOWME#



环境可持续发展

继去年发布“使命2030”可持续发展目标后，11月6日，宝洁设立了更全面、更深入的“净零2040”目标和行动计划。宣布到2040年实现其运营和供应链（从原材料到零售环节）温室气体净零排放，并力争在十年内针对2030阶段性目标取得实质性进展。宝洁中国将以气候、废弃物和水为战略聚焦点，将其全球可持续发展传统在中国进行传承和实践，为实现“双碳”目标和打造美丽中国贡献力量。

净零2040 这是我们的家

水

为人类和大自然保护水资源



35%

到2030年，所有工厂的水资源利用率提高35%



1/10

通过“50升水家庭节水联盟”计划打造一个低碳未来，将人均用水量减少到目前大多数人用水量的1/10

气候

宝洁中国将响应全球目标，在2040年实现温室气体净零排放。



100%

到2030年，中国全部生产工厂使用100%可再生能源



40%

到2030年，供应链每单位产量的碳排放量减少40%



零

实现运输（从原材料到零售环节）温室气体净零排放



可再生能源

试点和推广通过可再生碳、回收碳和碳捕捉技术制成的材料，试点和推广可再生热能解决方案



基于自然解决方案

在中国推进实施应对气候变化的基于自然解决方案，通过保护、改善和恢复自然生态而带来碳效益

废弃物

减少环境足迹，致力循环经济解决方案



100%

到2030年,100%包装实现可循环或再利用



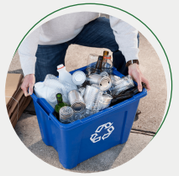
80%

到2030年，80%的电商业务实现从工厂到消费者端无需快递二次包装



50%

包装中的原生石油基塑料使用量减少50%，增加可回收材料的供应，减少原生化石原料的使用



每个人

推动家庭和社区更积极地参与回收利用

宝洁中国实践使命2030可持续发展目标第一年成果



气候 CLIMATE

100% 可再生能源用于中国全部工厂

太仓工厂：100%使用可再生能源；
西青工厂：应用创新地热能、太阳能科技

-50% 每吨公里运输排放

直发消费者的全新供应链，减少了约19万吨公里运输带来的温室气体排放

推进实施应对气候变化的基于自然解决方案



废弃物 WASTE

100% 包装可循环或再利用

与行业携手建立清晰的中国回收标准-双易回收标准

80% 电商业务无需快递二次包装

小绿宝已覆盖宝洁八大品类和主流电商平台



水 WATER

+35% 所有工厂水资源利用率

宝洁中国三大工厂已提前实现35%水资源利用率提升

推出创新绿色电商包装：空气胶囊

作为绿色、环保包装的倡导者、先行者和设计者，宝洁大力推广电商直发包装，减少端到端的包装浪费，每年节省超过8000吨纸张的使用和数千万的二次包装。

宝洁在今年推出了更轻量、更可靠、更便利、可回收的全新电商包装“空气胶囊”。

- 更轻量：减少使用包装材料，包装主体由单一材料制成，无需额外套纸箱，无需胶带，对比传统电商包装 ，减少40%以上材料使用量
- 更可靠：包装的特殊结构可缓冲产品在快递过程中受到的冲击，并减少雨湿对包裹的影响
- 更便利：无需工具即可通过撕拉线开启包裹并释放包装中的空气

同时，宝洁也在研发第二代可重复使用的“空气胶囊”包装。宝洁将持续努力推进低碳技术、低碳材料和低碳包装发展，助力未来电商包装可循环可回收，更环保和便利。





查看完整的供应链2025路径图

全面推动供应链绿色升级

宝洁将可持续发展融入到企业运营的各个环节，践行宝洁使命2030可持续发展承诺，并通过使用再生能源、减少运输排放、可循环或再利用包装全面推动供应链的绿色升级。

除了绿色包装和循环包装的设计研发，宝洁还聚焦于使用再生能源，减少运输排放，消除端到端供应链的浪费；并采用绿色材料赋能循环包装，优化废弃物循环再利用途径，打造全链路协同的可持续绿色供应链网络。

2021年7月30日，宝洁中国在广州正式启用智能技术创新中心(PSIC)，并以此中心为枢纽推进与生态系统合作伙伴及学术机构间的合作，共同开发可扩展的解决方案，使供应链实现脱碳。



绿色生产

宝洁中国将响应总部目标，到2030年实现运营碳中和。所有宝洁中国工厂使用100%可再生能源，每吨公里运输排放减少50%。在践行使命2030可持续发展目标的第一年，宝洁中国三大工厂（江苏太仓工厂、天津西青工厂、广州黄埔工厂）已提前实现35%水资源利用率提升，到2030年，所有工厂的水资源利用率提高35%。

在能源创新上，宝洁太仓工厂率先使用100%风能，获得LEED国际绿色能源与环境设计先锋认证。宝洁西青工厂拥有亚洲首个太阳能锅炉，一年节省温室气体排放500万吨。同时，宝洁西青工厂的创新地热科技，一年节省8000吨温室气体排放。



宝洁中国先锋计划：青年与基于自然的解决方案

宝洁中国先锋计划项目，于2015年与中华环境保护基金会共同发起以来，已经为11个省市地区125所高校的144个社团提供项目活动资金与能力建设支持，8078名大学生直接参加项目活动，学习交流网络惠及学生10万名。

2020年度发布的“宝洁中国先锋计划”调研报告是第一份面向广大公众的NbS（Natural-based Solution应对气候变化的基于自然解决方案）调研报告，从2020年11月至2021年4月，受资助的58所高校、66个社团的1900余名大学生在全国22个省、直辖市开展线上和线下问卷调研及访谈。在2021年，“宝洁中国先锋计划”还上线了第一个面向公众的NbS课程，邀请世界自然保护联盟IUCN中国代表处项目主任杨方义等专家学者从NbS基础概念，森林、农业、湿地、城市等案例，为公众讲解NbS的理论和实际应用。为更好的了解公众对NbS的认知，及进一步推动NbS在中国的实践打下基础。



宝洁中国美尚事业部：以创意的全民参与方式赋予塑料第二次生命，让爱心得以循环

2020年，宝洁美尚事业部作为战略合作方，加入京东物流“青流计划”，双方合作在广州上海两地率先开启试点，涉及2万个家庭，通过京东的物流体系，将消费者家中的废弃塑料瓶进行回收，再通过宝洁公司的资源回收网络，进行二次利用，开发出多元化环保跨界产品，让废旧包装得以通过巧妙创意和技术创新继续服务大众，引领绿色可持续发展。在2021年，宝洁中国美尚事业部“尽责尽美，重塑新生”项目用回收而来的废旧塑料瓶制成了1座新型环保运动场及100张新型环保长椅。目前这些成果已经在中国17所学校投入使用，为学生们提供了实用价值颇高的运动场所和休息场所，同时也肩负起环保教育载体的功能，让环保不只是一句口号，而是在日常生活。

今年，项目携手时尚行业设计师Susan Fang，将废弃塑料制成时尚单品，用艺术和美的力量影响更多人关注环保冰通过艺术展讲述了废弃塑料如何一步步变成时尚手提包。

宝洁中国美尚事业部在推崇“简塑”理念的道路上，不仅依托自身的资源，也积极联手众多合作伙伴投身这一事业，协力倡导更富有创意的环保方式，并共同鼓励消费者追寻简单生活，将“简塑家”的理念投射到我们每一天的生活。





号召消费者推行可持续生活方式：“在家的小行动，地球的大不同”

宝洁全球调研发现，71%的人想要在家里做出更多有助于可持续发展的行动，但对大多数人而言，“不知道如何做”成为了他们最大的障碍。今年地球日，宝洁推出《这是我们的家》创意短片，用小孩子的视角，呼吁消费者“在家的小行动，地球的大不同”。

同时，宝洁中国与中华环境保护基金会等企业、机构和组织一起，共同发起“家庭低碳生活小行动征集”活动，与公众共创“低碳家庭行动指南”，从每一件小事做起，爱护这颗星球。

希望通过我们擅长的广告、传播的力量，缩小消费者意愿与行动之间的鸿沟，影响消费者做出积极改变。这些改变，最终会对我们共同的家园形成长远的影响。



阅读更多内容



植感哲学助力科学家保护20种中国濒危植物

天然洗护发品牌Herbal Essences植感哲学宣布联合英国皇家植物园Kew园及中国科学院昆明植物研究所，支持Kew园“千年种子库”项目，助力科学家对20种中国本土濒危植物的研究和保护。本次支持“千年种子库”项目的行动，涵盖一系列拥有重大价值的濒危植物，其中包括已在国家公布的《重点保护植物名录》中列为一级保护的植物，如野生银杏等。这类保护植物野生种群已极其濒危，保护它们免遭灭绝，对于生态环境和人类社会生活的发展有着重要意义。

Herbal Essences植感哲学推出全新产品——“植感野生小绿瓶”，秉持着可持续发展环保理念，首次采用可回收铝制包装、上线“可续杯”环保补充装，在为消费者提供最优质的天然护发体验同时，用实际行动践行保护环境的社会责任。





产品绿色创新



SK-II X 安迪·沃霍尔限定版护肤精华露：

SK-II首款可完全回收的神仙水瓶子。以“安迪·沃霍尔电视”为设计灵感、使用ECONYL®再生尼龙材料制作的化妆包。这种材料是一种由海洋和垃圾填埋场中的尼龙废料（如废弃的渔网）所制成的可持续纱线，能够被无限循环再用。



汰渍洗衣液和洗衣凝珠：

瓶身和盒身可回收利用



舒肤佳洗手液和沐浴露：

瓶身和盒身可回收利用



OLAY桃花霜：

产品主体包装采用可回收材质，相当于每年减少300万瓶矿泉水的塑料使用量[1]



欧乐BiO电动牙刷：

包装由纸塑复合逐渐变为全纸包装



飘柔免洗护发素：

省下每次冲洗护发素的水，等于约一个人两周的饮水量[2]

[1]宝洁内部折算数据，基于550ml的塑料矿泉水瓶的重量进行的折算

[2]数据源于宝洁内部统计

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，为现在和未来的世世代代”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。

公司宗旨和企业社会责任

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

以下是今年宝洁公司在企业公民重点领域荣获的部分外部表彰和奖项。

社区影响

3BL MEDIA 100 BEST CORPORATE CITIZENS 2021

TIME 100 MOST INFLUENTIAL COMPANIES 2021

SESAME WORKSHOP

“芝麻街工作室企业领袖奖”

平等与包容

BEST PLACES TO WORK for LGBTQ Equality 2021 100% CORPORATE EQUALITY INDEX

入选《福布斯》“2021年美国最具多元化雇主”榜单

Bloomberg Gender-Equality Index 2021

环境可持续发展

TOP 100 BARRON'S Most Sustainable Companies 2021

MEMBER OF Dow Jones Sustainability Indices In collaboration with RobecoSAM

连续6年

FAST COMPANY WORLD CHANGING IDEAS 2021

道德与企业责任

The RepTrak Company

入选“2021全球企业声望100强”排行榜

AMERICA'S MOST JUST COMPANIES Forbes 2021

排名前20

入选《财富》杂志“2021年最受赞赏的公司”榜单

此处徽标均为其相应公司所有，经许可后方可使用。™/©2021芝麻街工作室。版权所有。*

关于宝洁公司的企业公民责任报告

本概览分享了宝洁公司部分案例，展示了我们的工作成果。

欲了解更多信息，敬请访问宝洁官网。

返回开头

本报告信息涵盖2020年7月1日至2021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。

© 2021 宝洁 版权所有