

**CSR 玫琳凯中国
Report 2009
企业社会责任报告**

CSR
Report 2009

美丽不只一面 心动不止一刻

有爱,有生活,有美丽
full of love, full of life, full of beauty



<u>我们的价值观</u>	1
<u>总裁寄语:信守四个承诺,践行社会责任</u>	3
<u>信守对玫琳凯女士的承诺——丰富女性人生</u>	5
(1)信守对创始人承诺的基础——诚信守法经营	6
(2)信守对创始人承诺的实践——健康持续成长	7
(3)信守对创始人承诺的成果——丰富女性人生	8
<u>信守对消费者的承诺——缔造女性多面的美丽</u>	9
(1)为消费者提供不断满足其需求的产品,打造她们的美丽	10
(2)为消费者提供安全、优质的产品,保障她们的美丽	10
(3)为消费者提供“黄金法则服务”,成就她们的美丽	11
<u>信守对销售队伍和员工的承诺——拥有多彩人生</u>	13
(1)对销售队伍的爱	14
(2)对员工的爱	17
<u>信守对社会和环境的承诺——创造美好家园</u>	20
(1)关爱女性——创造就业机会,丰富女性人生	21
(2)关爱儿童——创造儿童学习和成长机会	22
(3)关爱环境——可持续发展的理念	25
(4)推动中美交流——桥梁和使者	29
(5)灾难援助与其他——爱就是付出,爱更是勇气	30
(6)热心公益——赢得社会认可	33
<u>展望未来</u>	35

我们的价值观

1963年,凭着自己的梦想、经验和5000美元的积蓄,玫琳凯·艾施女士在儿子理查德·罗杰斯的帮助下,在美国德克萨斯州达拉斯市创办了玫琳凯化妆品公司。正如玫琳凯女士所言,“我创办公司时的设想是让所有女性都能够获得她们所期望的成功”,在其后近半个世纪的岁月中,玫琳凯公司一直致力于改变女性的生活。如今,玫琳凯公司业务遍布五大洲超过35个国家和地区,在全球拥有5000名员工和200余万名美容顾问,已成为全球最大的护肤品和彩妆品直销企业之一。

回顾过去的成功,我们相信,正是热爱与追求,成就了玫琳凯女士自身的梦想;而对他人的关爱,更让玫琳凯成就了这份丰富人生的事业。一直以来,我们信奉并倡导着如下的价值观:

- ▣ 乐施精神——不求回报地帮助他人
- ▣ 你希望别人怎样待你,你也要怎样待别人
- ▣ 让人感觉自己很重要
- ▣ 生活优先次序——信念第一、家庭第二、事业第三

以上价值观,是我们一切决策和行动的指引。正如玫琳凯女士所言,“玫琳凯远远不是一家卖口红的公司”,秉承“丰富女性人生”的企业使命,我们在为女性带来发挥才能、实现梦想机会的同时,也为所有利益相关方做出持久而卓越的贡献。这便是玫琳凯的企业社会责任。



玫琳凯公司创始人
——玫琳凯·艾施女士

总裁寄语

信守四个承诺， 践行社会责任

今年是玫琳凯进入中国市场的第15年，十余年的时间，已让玫琳凯这朵来自美国的“玫瑰”在中国的土地上牢牢扎下了根，我们深深地热爱着生活在这片土地上的人们，我们希望能够与这里的社会、环境持续共同发展，并为生活在这里的人们带来持续的美丽与和谐，让他们能够拥有一个美好家园。为此，我们始终信守着四个不变的承诺：

- 对创始人玫琳凯女士承诺：继续传承并实现她所留下的“丰富女性人生”的使命，保持良好的经营和稳定的盈利，使公司不断成长和壮大。
- 对消费者承诺：提供不断满足她们需求的优质产品，以及“黄金法则服务”。
- 对销售队伍和员工承诺：全方位地发展他们多面的美丽，使他们成为有爱、有生活、有美丽的“美丽多面体”，获得更丰富、更精彩的人生。
- 对社会和环境承诺：积极承担企业社会责任，不断引导销售队伍和员工，并影响更多人为社会和环境做出贡献。

我们不仅希望我们的企业能够获得可持续的发展，同时也希望我们所在的行业能够获得可持续的发展，因为我们相信，只有所在的行业能够为公众广泛认同与认可，企业才能更好地发展。作为直销行业的一员，我们深感自己有义务、也深信自己有能力，与业内更多优秀企业一起，去推动中国直销行业的持续健康发展。

15年，于我们是一个重要的里程碑，同时又是一个全新的起点。我们选择在这一继往开来的时刻，发布玫琳凯中国的首份企业社会责任报告，回顾我们所付出的努力，并藉此表达我们对于可持续发展的信心与决心。我们的梦想是，有一天人们提到玫琳凯这个名字，会立刻想到，这是一家负责任的企业，而她所在的直销行业，亦是一个负责任的行业。

我相信，在我们全体员工和销售队伍的共同努力下，这个梦想离我们并不会太远。



玫琳凯大中国区域总裁



信守对玫琳凯 女士的承诺

——丰富女性人生

我们认为，通过诚信守法经营，实现企业成长，推动行业共同进步，并为社会贡献力量，是企业公民理应承担的责任。

正如玫琳凯大中国区域总裁麦予甫先生所言，“实现第一个承诺可以说是实现其他所有承诺的必要条件，如果一家企业连维系经营都非常困难，很难想象它还能为社会做出更多贡献”，我们相信，企业只有保持良好的经营和稳定的盈利，实现持续发展，才能以更大的能量回馈社会，才能让员工、销售队伍、消费者和公益事业的对象“有爱、有生活、有美丽”，从而信守对创始人玫琳凯女士的承诺，将“丰富女性人生”的使命长久延续，使这一“梦想的事业”基业长青。

① 信守对创始人承诺的基础——诚信守法经营

做你认为正确的事，当你不能判断什么是对什么是错，让黄金法则为你做向导。

——玫琳凯·艾施

我们一直信守对创始人玫琳凯女士的承诺，诚信正直，守法经营。一方面，在日常经营中严格自律，另一方面，对内、对外积极开展相关法律法规的培训及宣传。我们还不断影响、带动更多的人，共同用正确的行为来营造规范、和谐的市场氛围，推动中国直销市场健康、持续发展。

► 在商业行为规范方面，我们定期对公司员工进行

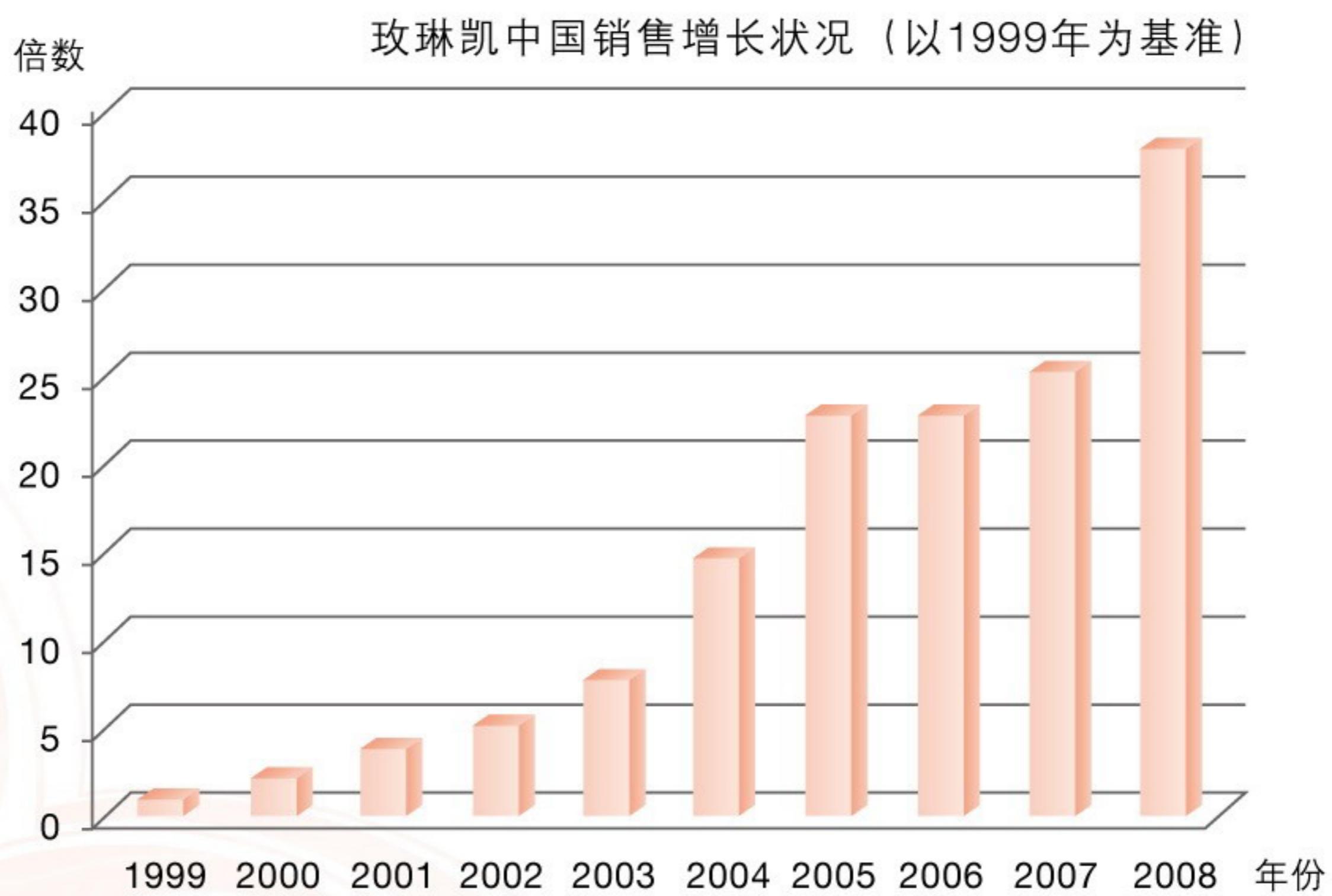
《反海外腐败法》(FCPA)培训，并在供应商合同中载明FCPA条款。截至2009年7月，累计培训员工达到约270人次，且所有接受培训员工均在培训后签署了《商业行为道德政策规范遵守证明书》。

► 在法律法规宣传方面，对内，我们定期对员工及销售

队伍进行《直销管理条例》和《禁止传销条例》培训；对外，我们持续对社区居民、学校师生及社会公众进行两个《条例》的宣传和普及。从2007年至今，我们共开展两个《条例》宣传活动达32场次，销售队伍累计参与超过6000人次。

(2) 信守对创始人承诺的实践——健康持续成长

2008年，玫琳凯全球销售额达到26亿美元，玫琳凯中国更是多年保持了良好的增长。在过去6年中，我们已经连续6次荣登“中国化妆品制造行业效益十佳企业”榜首，并先后荣列“中国化工行业500大企业”和“中国轻工业500强企业”。



多年来,我们坚持诚信经营,依法纳税,为地区经济增长贡献了一份力量。

- 纳税额连年增长,2008年达到2004年的2.5倍。
- 自2005年起,先后4次被杭州经济技术开发区评为“年度纳税总额十佳企业”;
- 自2003年起,每年均被评为“上海市静安区纳税信用A类企业”。

(3) 信守对创始人承诺的成果——丰富女性人生

“将一个普普通通的女人,造就为美丽、高雅、自信、自立、自强的完美女性”,这是玫琳凯女士创业时的心愿。四十余年来,玫琳凯已帮助数以百万计的平凡女性发挥出自己的潜能,实现了人生的梦想。

在中国,我们一直致力于为中国女性带来“一个比化妆更美丽的改变,一个比自信更丰富的提升,一个比成功更精彩的创造”。我们通过为销售队伍提供事业机会和系统培训,帮助她们自信自立,使她们不仅享受到事业的成功,更让自己和他人的生活变得美丽多彩,为中国女性的成功贡献了一份力量。

信守对 消费者的承诺

——缔造女性多面的美丽

你给别人的一切都会得到回报。如果你给别人最好的，那么你最终也会得到最好的回报。

——玫琳凯·艾施

女性的多面美丽，始终是玫琳凯最核心的追求。为了实现这一目标，我们一直在努力。

我们认为，产品的安全与质量是企业的立业之本，理应受到企业的长期重视。为消费者提供能够不断满足其需求的高质量产品，是我们必须承担的最基本的社会责任，也是我们对消费者所做出的不变承诺。

我们一直信守着这一承诺，从消费者的需求出发，为她们提供安全、优质的产品，及带来更多附加价值的“黄金法则服务”。我们相信，这是赢得消费者长期信任、实现企业可持续发展的重要基础。

① 为消费者提供不断满足其需求的产品,打造她们的美丽

自进入中国市场以来,我们一直致力于为中国消费者提供最适合她们的产品。为深入了解中国消费者的需求及试用感受,我们开展了广泛的调研活动,并根据中国消费者的肤质特点,有针对性地研发了大量的产品,以最大程度地满足她们对美丽的需求。我们的经典护肤系列和盈白护肤系列,便是为崇尚天然植物配方和白皙肌肤的亚洲女性所特别研制的。

② 为消费者提供安全、优质的产品,保障她们的美丽



- 2006年,我们投资2亿元在杭州经济技术开发区兴建了一座占地7.2万平方米、高科技、环保型的亚太生产中心,该中心拥有18条生产线,年产量达到1.8亿件,为满足亚太地区消费者的需求提供了保障。

- 我们高度重视产品安全与产品质量,我们的亚太生产中心先后通过了ISO9002:1994质量保证体系认证、ISO9001:2000质量管理体系认证和澳大利亚医疗用品监管局(TGA)认证。我们所有的产品都经过严格测试,符合国家标准和玫琳凯全球标准。
- 我们的质量管理体系受到了政府部门的认可。2007年,在浙江省卫生监督所GMP(良好的生产管理规范)规范制订的项目中,玫琳凯中国被邀请给予协助。
- 我们每年斥资数百万美元,用以支持超过30万次的公司内部实验,以确保每一件玫琳凯产品在安全性、可靠性和使用性能上达到高标准。

(3) 为消费者提供“黄金法则服务”,成就她们的美丽

- 黄金法则服务:我们要求每一位销售队伍成员将“你希望别人怎样待你,你也要怎样待别人”的黄金法则理念运用到服务中,从心出发,关注服务对象的需求,持续提供创新卓越的传奇式服务。我们认为,“黄金法则服务”正是玫琳凯不可复制的竞争优势。
- 面对面的美容体验:我们为消费者提供“先试用,后购买”的服务,轻松的面对面美容课,让消费者可以免费享受专业美容顾问提供的个性化美容指导。

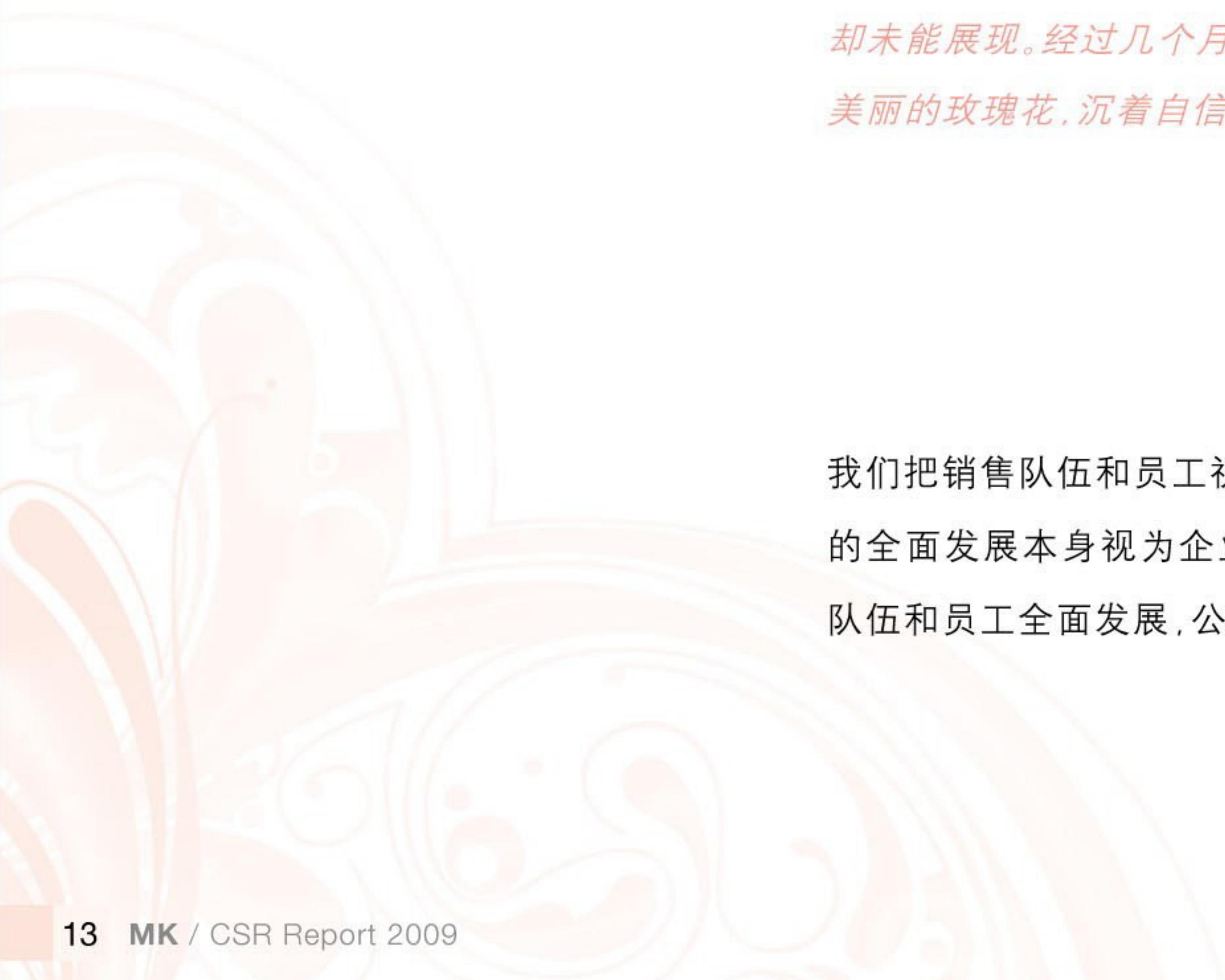
- ▷ 完备的售后服务体系：我们的客户服务中心拥有120位客户服务代表和120条电话热线，他们每周7天、每天10小时为消费者提供产品、皮肤方面的免费咨询服务，确保每位消费者的需求都能得到妥善的跟进和处理。2009年，我们的客户服务中心被评为“中国最佳客户服务中心”。
- ▷ 切实保护消费者合法权益：我们自进入中国市场起，即公布了《玫琳凯质量满意保证》，消费者对产品有任何不满意，即可依据《满意保证》的有关条款，享受退换货权益。我们还积极响应国家质监总局号召，在所有护肤类产品上附加电子监管码，使消费者可通过电话、短信、网站等方式查核产品的详细信息。

我们在产品与服务方面的持续努力赢得了消费者的广泛认可，在过去三年中，玫琳凯被新浪网先后评为“2007年度最佳化妆品品牌”、“2008年度最具人气化妆品品牌”和“2009年度网友最愿意购买品牌”。



信守对销售队伍 和员工的承诺

——拥有多彩人生



在我看来，能看到那么多的妇女在成长和发展，正是玫琳凯化妆品公司最有意义的成就。当我们在“你能做到”精神中前进时，每个人都在受益。常常会有这样的情形，某位女士刚进入我们公司时像一棵小而紧包的玫瑰花蕊，充满潜力却未能展现。经过几个月的赞扬和鼓励，她就会盛开成一朵美丽的玫瑰花，沉着自信地应用着新学会的各种技能。

——玫琳凯·艾施

我们把销售队伍和员工视为公司使命的一部分，因此把他们的全面发展本身视为企业的一个目标。我们认为，只有销售队伍和员工全面发展，公司才能全面发展。

在玫琳凯，“P”和“L”不只代表“利润(Profit)”和“亏损(Loss)”，更代表“人(People)”和“爱(Love)”。我们信守对销售队伍和员工的承诺，帮助他们实现“品、才、貌”的全面发展，拥有“有爱、有生活、有美丽”的多彩人生。

⑥ 对销售队伍的爱

1. 我们为中国女性提供了靠个人努力而实现经济独立的机会。

加入玫琳凯既不需要深厚的教育背景，也不需要丰富的工作经验，我们会为所有销售队伍提供一系列培训，使她们有机会靠自己的努力获得收入。我们相信，帮助销售队伍变得自信、自立、自强，就是对她们最大的关爱。

■ 截至2008年底，我们已为超过40万名中国女性提供了事业机会。

■ 在过去两年间，直销员的年平均收入增长了近一倍。

2. 我们针对女性注重情感需求等特点，推行了“CREAM”管理体系(Communication沟通、Recognition认可、Education教育、Activity活动和Motivation激励)，来充分挖掘销售队伍的潜力，帮助她们在品格、才能、形象等方面获得全面提升。

a 品格提升：

- 在玫琳凯，“不求回报地帮助他人”的乐施精神是我们的核心价值观之一。每年，销售队伍都会推举产生一位“年度乐施小姐”。这一称号，不仅是对玫琳凯人的最高认可，也是获奖者极为珍视的荣誉。
- 我们通过开展玫好家园系列培训和活动，帮助销售队伍认同“信念第一，家庭第二，事业第三”的生活优先次序，学习角色调整，平衡家庭与工作之间的关系。我们特别邀请知名心理学专家张怡筠博士与销售队伍分享建立幸福家庭的方法，给销售队伍带去实质性的帮助。
- 我们鼓励并组织销售队伍积极参与企业社会责任活动，不断提升她们的使命感和责任感。



案例： 玫琳凯中国通过9年培养的优秀授权经销商代表杨帆，于2007年4月捐款100万元，为母校南方医科大学设立百万女子奖学金，帮助贫困女生完成学业。玫琳凯大中国区域总裁麦予甫先生亦亲临捐赠现场，代表公司向杨帆授予“感恩奖杯”，以此激励更多玫琳凯女性用行动回报社会。



b 才能提升：

我们通过为销售队伍提供产品、销售、管理等方面的专业培训，帮助她们掌握产品知识与相关业务技能，有效推动业务发展。我们还为授权经销商代表特别提供了管理技能和领导力方面的培训。这些培训已帮助无数中国女性成长为自信的专业人员。



c 形象提升：

我们通过“个人形象及礼仪”培训，帮助销售队伍塑造职业形象，掌握礼仪规范。



3. 我们不断加强并完善对销售队伍的支持服务体系,不仅在直销行业中率先全面启用电子订单系统,还建立了覆盖全国的物流配送网络,从而为销售队伍提供了强有力的支持,使她们能够健康、稳定地发展玫琳凯事业。

正是基于对“人”与“爱”的关注,我们赢得了销售队伍的倾情热爱。自2005年起,我们每年都通过互联网对销售队伍进行满意度调查,并根据调查结果持续改进对她们的支持与服务。该调查每年都有约1万人参与,令我们欣慰的是,2008年,销售队伍的满意度达到90%。

② 对员工的爱

我们从四个方面实现对员工的承诺:幸福生活的缔造、独特文化的体验、全面成长的摇篮、社会价值的体现。通过多管齐下的举措,我们帮助员工在不同场合、不同瞬间都绽放出美丽和知性的光彩。

1. 幸福生活的缔造:

- 优质生活保证:我们为员工提供公正公平且具有市场竞争力的收入,和各种福利(如弹性工作时段、健康保险、健康计划、兴趣俱乐部等)。
- 舒适安全体系:我们不断优化员工的工作环境,建立完善的EHS(环境、健康和安全)体系,确保员工在工作场所的健康和安全。

2. 独特文化的体验:

- 美好员工:我们惦记着员工每一个特别的日子,给予他们惊喜。对于表现优秀的员工,我们将及时给予充分的肯定。

► 玫好家园: 我们通过“玫好家园”培训、亲子夏令营、家庭关爱等项目, 将爱延伸到员工的家庭。

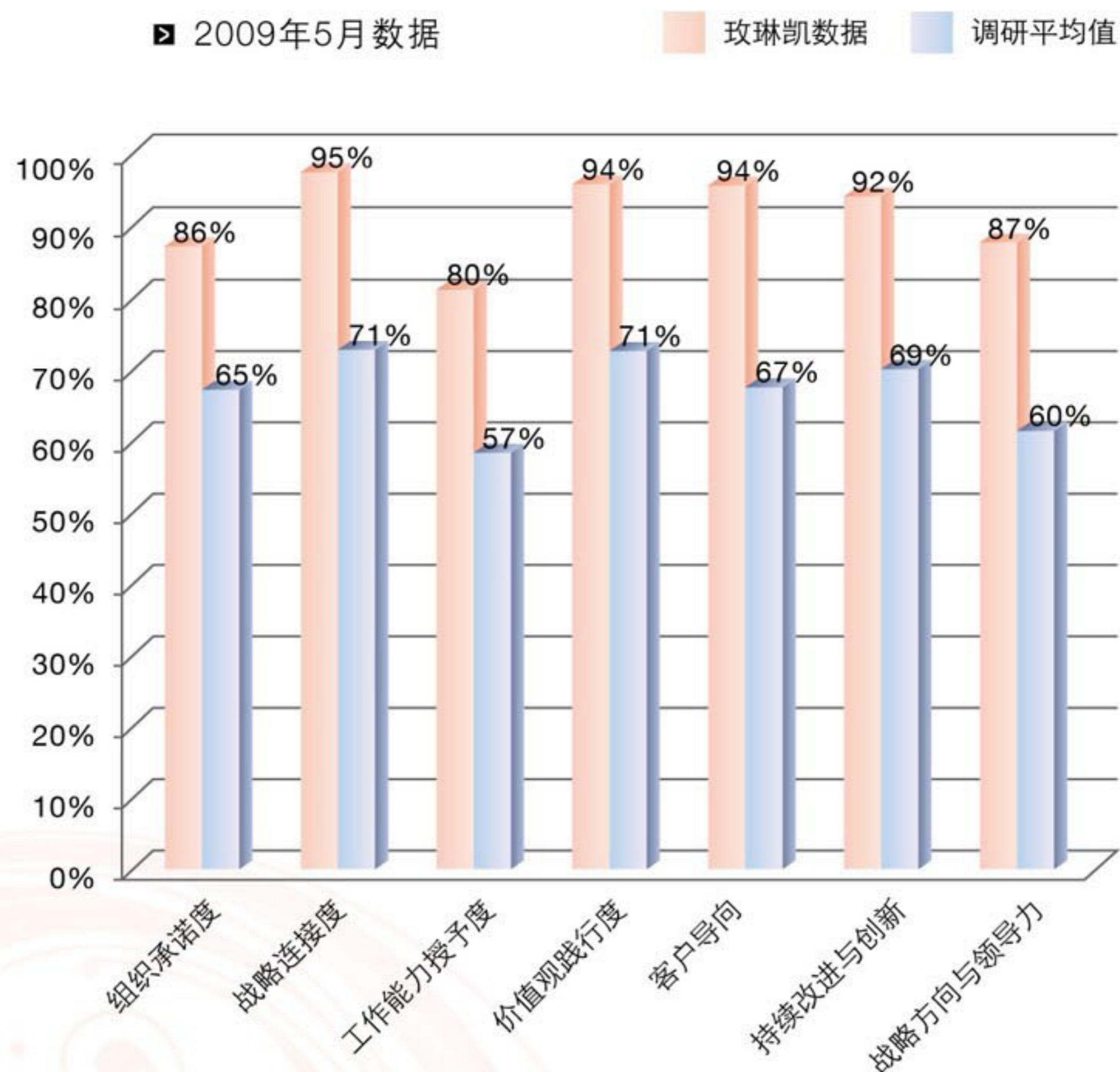


3. 全面成长的摇篮: 我们建立了“品, 才, 貌”的素质模型, 全面培养员工。“品”是品格, 是个人持续发展的真正源泉; “才”是知识、技能及素质的综合; “貌”是专业的职业形象。员工可充分利用公司的业绩循环发展流程, 通过参与培训、积极实践, 不断实现个人在三方面的全面发展。

4. 社会价值的体现: 我们鼓励员工与销售队伍积极参与各项社会公益活动, 体现自身的社会价值。

5.“爱”创造奇迹：

- 在玫琳凯，员工们不断发挥主观能动性，创造了很高的人均产值。在员工数量增长仅为2%的情况下，2008年，我们的销售额较2007年同比增长超过50%。
- 从2003年起，我们连续参加华信惠悦咨询公司和《财富》（中文版）杂志联合举办的两年一度的员工态度调查，调查结果显示，我们在员工满意度和忠诚度方面都保持了相当高的水平。迄今为止，我们已连续四次被华信惠悦咨询公司和《财富》（中文版）杂志评为“中国卓越雇主”，也是唯一一家连续四次获此殊荣的企业。



信守对社会和环境的承诺

——创造玫好家园

你只有付出才能获得快乐生活的馈赠。付出你自己，伸出助人的手，与人分享我们优秀的成果。只有通过给予别人，我们才能在生活中得到回报。这就是生活的法则，这就是十倍增值回报的法则。

——玫琳凯·艾施

我们认为，企业作为社会的一份子，不仅要创造商业价值，更要以合理的方式回馈社会，尽到企业公民的责任。作为一家以“丰富女性人生”为使命的企业，我们高度关注妇女和儿童的权益。此外，我们认为，维持平衡的自然生态环境，与环境和谐共生，也是企业实现可持续发展、践行企业社会责任的重要内容。

我们对待社会和环境的态度，正是对“黄金法则”的准确演绎：如果你想从社会和环境索取，必须先想到给予。

- 玫好家园——作为关注社会、关注环境的核心理念，玫琳凯倡导将和谐与美丽依次带入家庭、社区、世界，直到全人类的共同家园——地球。因此，我们的社会公益事业主要集中在四个方面：关爱女性、关爱儿童、推动中美交流和关爱环境。
- 授人以渔——作为关注社会、回报社会的主要操作模式，我们舍弃了传统的“给予”模式，而是基于可持续理念，致力于帮助受助对象通过自身努力获得自力更生的能力，实现自我价值，真正做到“授人以渔”。





④ 关爱女性——创造就业机会,丰富女性人生

■ 创造就业机会:我们为中国女性提供了无可限量的事业机会和稳定的收入来源,也为女性的自强、自立做出了贡献。

■ 玫琳凯妇女创业基金:2001年我们与全国妇联合作创办玫琳凯妇女创业基金,迄今已成功运作8年。基金以下岗女工及贫困妇女为扶助对象,以循环无息贷款方式运作。目前,基金总额已达近551万元,累计帮助20个省份的3万名下岗女工及贫困妇女通过创办个体企业实现脱贫。2008年起三年内,我们把地震灾区女性作为主要发放对象,通过支持灾区女性创业,帮助她们重建家园。

案例: 28岁的代玉香是四川省郫县安靖镇高桥村三组人。两年前,丈夫因病去世,留下一个年幼的孩子和一对年迈的双亲。2008年,由于金融危机,她又失去了工作。2009年,代玉香申请并获得玫琳凯妇女创业基金提供的5000元无息贷款,她还参加了基金组织的蜀绣培训。靠着一根小小的绣花针,代玉香的月收入逐渐达到了约1000元。曾经陷入困境的她,现在又对未来充满了信心。



► 美丽启航：针对毕业生就业难的社会问题，我们启动了“美丽启航”项目，帮助女大学生打造职业形象，探讨职业规划，提供实习培训，发现事业机会。2009年4月，在上海、杭州举行的宣讲会、形象礼仪培训和主题活动，共有520名女大学生参加。

② 关爱儿童——创造儿童学习和成长机会

1. 春蕾项目：

► 2002年，我们与全国妇联共同启动玫琳凯春蕾项目，帮助贫困儿童重返校园。该项目迄今已成功运作7年，累计捐资842万元，在全国共援建10所玫琳凯春蕾学校，并资助60个班次、3000人次的贫困儿童重返校园。





► “美丽·奉献”唇膏认购：

2008年, 玫琳凯在全球范围内发起了“美丽·奉献”唇膏认购活动, 将指定唇膏的部分销售利润捐赠给世界各国的妇女儿童事业。在中国, 截至2008年底, 共有11627人次的销售队伍成员销售了13699支爱心唇膏, 筹得善款近41万元。2009年, 我们将这笔善款全部投入玫琳凯春蕾项目, 用于为全国10所玫琳凯春蕾学校设立奖学金及改善学校教学设施。

► 粉红书包捐赠：

2009年6月, 我们启动了以“放飞粉红梦想, 爱心培育栋梁”为主题的粉红书包捐赠活动, 向全国10所春蕾学校的总共5500名学生每人赠送一个新书包, 以此鼓励及支持贫困地区学生完成学业。近300位销售队伍和员工参与了此次活动。





2. JA志愿者项目：

我们自1999年起，便一直为JA中国免费提供办公及培训场所。JA(国际青年成就组织)是目前世界上最大的非盈利性教育组织之一。我们还鼓励员工积极参与JA中国组织的各项志愿教学活动，包括针对农民工子弟小学的“我们的世界”项目、针对中学的“职业见习日”项目和针对大学的“事业启航工作坊”项目。2007年1月至今，员工参与JA志愿教育活动达180人次，服务学生达500余人次。

③ 关爱环境——可持续发展的理念

我们将环保视为可持续发展的重要前提,坚持公司的一切活动必须与自然生态环境保持和谐。我们明确提出“关爱环境、绿色空间、预防污染、清洁生产”的环保方针,位于杭州经济技术开发区的亚太生产中心在该方针的指导下建立、实施了严格的环境管理体系,先后通过了ISO14001:1999和ISO14001:2004环境管理体系认证,是开发区内仅有的两个工业旅游点之一。

1. 绿色生产:

我们以绿色生产为目标,坚持“减少消耗和污染(Reduce)”、“循环利用(Recycle)”、“治理(Treatment)”的环保策略。

a 减少消耗和污染:

- 优先选择环保供应商:我们将供应商的环保绩效列为选择与考评的关键指标之一,要求供应商必须严格遵守国家在环保方面的法律法规。我们还会实地考察供应商环保情况。供应商如通过ISO14000环境管理体系认证,将获评估加分。
- 采用“绿色包装”:我们在确保产品质量及外观的前提下,尽可能采用“绿色包装”,不断减轻包装材料的重量,并鼓励包装材料供应商采用更环保的生产方式。
- 改进生产工艺:我们不断改进生产工艺,推进清洁生产,从控制污染源头出发,减少对环境的负荷。以2006年的“沙漠绿洲”项目为例,我们通过改进清洗工艺成功节水、减排45%以上。
- 科学生产操作:我们建立了《标准作业指导书》,并对相关员工进行全面培训,防止因员工操作不当引起环境污染或资源浪费。
- 进行设备改造:2007年完成设备变频改造项目,日节电量超过400度。

- b 循环利用:** 2007年完成循环用水项目, 日节水量超过15吨。
- c 加强治理:** 对于产品制造过程中产生的废水、固体废弃物和噪音, 我们兴建了一整套完善的控制设施, 监控并减少其对环境的影响。
- d 废水:** 我们投资500万元建立了一座日处理能力达150吨的废水处理站, 处理后的废水, 不仅可以循环使用, 甚至可用来养鱼。2009年, 我们对废水处理系统升级, 将以园林景观的形式, 向参观者展示玫琳凯对环境的重视与关爱。
- 固体废弃物:** 我们严格按照有关法规进行分类处理, 循环利用可再生固体废弃物, 而将危险固体废弃物交给具有国家认可资质的专业机构进行处置。
- 噪音:** 通过全程控制, 我们所有生产环节的噪音指标均优于国家标准。



废水处理系统效果图

- d 社会的认可:** 2009年3月, 我们以高分通过杭州市组织的“清洁生产”审核, 并被杭州经济技术开发区管理委员会授予节能减排奖。

2. 生态环境保护

a “Love·自然·Kiss”环保计划：

2008年，我们推出了精心设计的“Love·自然·Kiss”环保袋，将现代女性崇尚的爱和环保的元素融入其中。我们积极鼓励销售队伍和消费者使用环保袋，每年减少使用白色塑料袋超过300万个。

与此同时，每售出一个环保袋，我们就为环保事业捐出一元钱。2009年4月，我们将出售环保袋筹得的30万元善款全部投入在宁夏启动的玫好家园绿色行动项目，在村民的门前屋后发展庭院果树以及村庄绿化。在增加绿化面积419.8亩的同时，该项目预计每年还将为当地村民带来535元的额外收入。



b 植树造林：

2008年4月，我们积极响应玫琳凯全球“Pink Doing Green”环保计划，玫琳凯中国在甘肃省民勤县和上海市郊的东方绿舟分别出资认领了一片“玫琳凯林”，并组织销售队伍和员工前往植树。从2006年起，我们的每批新员工在完成入职培训后，都会前往杭州亚太生产中心，在那里的“梦想林”中种下一棵香樟树。



c 节能减排家庭社区行动：

2007年8月，我们与全国妇联共同发起“节能减排家庭社区行动”，倡导绿色环保生活，号召社会公众从家庭、社区做起，节能减排，并将项目深入推广到安徽、黑龙江、湖北、浙江、贵州等省的多个社区。



④ 推动中美交流——桥梁和使者

作为一家美国独资企业,我们主动承担起中美两国沟通使者的责任,努力促进和加强双方在政治、经济、文化等领域的相互理解、交流和合作。

1. 中美政治文化交流:

- 2008年12月,玫琳凯赞助并出席中国美商会第九届年度政府答谢晚宴。
- 2009年1月,玫琳凯赞助并出席“纪念中美建交30周年研讨会”。
- 2009年5月,应中国人民对外友好协会的邀请,玫琳凯亚太区总裁蔡庆国先生作为唯一一位来自美资企业的代表,出席广东省“三十年后再回首——纪念中美建交30周年图片展”。

2. 中美学术交流:

- 我们积极参与化妆品皮肤学界的学术活动,在中国已连续四年参加中华医学会主办的全国皮肤性病学术年会,与国内外专家分享、交流玫琳凯在产品质量安全、创新技术应用等方面的最新进展。
- 我们已两度召开“化妆品皮肤科学研讨会”,邀请国际国内皮肤学界权威专家,针对化妆品皮肤学界的研究热点、疑难问题等进行深入研讨。

► 我们一直以推进化妆品研发、检测新技术在中国的推广与应用为己任。作为非动物试验的倡导者，玫琳凯是美国体外试验研究学会(IIVS)的捐助者之一。通过与国家质检总局合作举办“进出口化妆品动物替代试验交流会”、安排玫琳凯公司毒理学专家与IIVS专家参加中国毒理学会学术大会、组织国内化妆品毒理学研究人员赴美进行替代试验培训等多个项目，我们积极推动中美两国在动物替代试验技术方面的交流。

⑤ 灾难援助与其他——爱就是付出，爱更是勇气

1. 雪灾救援：

2008年2月，中国南方遭遇雪灾，我们在第一时间吹响“爱心集结号”，向湖南、湖北、江西、贵州、广西、安徽等六大重灾省份捐款捐物逾140万元(含销售队伍和员工捐款)。



2. 地震救援：

a 2008年5月，我们于汶川地震发生后的第一时间，向灾区红十字会紧急捐款300万元。此后，公司、员工、销售队伍又向灾区捐赠372万元，分别用于为灾区兴建临时住所、印制发放心理康复知识宣传册、向灾区医疗机构提供医用物资及资助灾区女性创业等。



- b** 考虑到灾后重建是一项长期艰巨的工程，我们决定，从2009至2011三年间，每年拨出500万元预算，专门用于灾后重建。
- c** 我们全力帮助灾区的销售队伍从废墟中站起来，共投入278万元帮助她们恢复经营和生活。我们不仅向每位受灾的美容顾问免费提供了价值约4000元的产品和销售工具，还提供了2000元的生活补助，鼓励她们开始新的工作和生活。灾区的销售队伍在“乐施精神”的激发下，主动把盈利的10%捐给灾区。她们还积极报名成为志愿者，帮助更多人走出阴影。

玫琳凯大中国区域总裁麦予甫先生于汶川震后第一时间前往四川看望当地销售队伍，使她们感到“公司将她们视为国宝”，因此特地挑选了一幅熊猫图案的蜀绣赠给他。



6) 热心公益——赢得社会认可

多年来,我们在各项社会公益事业上的投入累计超过4000万元。

我们的员工和销售队伍在公司文化和价值观的感召下,亦积极投身社会公益事业。2008年,员工参与社会公益项目(包括公益活动和捐款)达1397人次,与员工总数685人相比,参与率高达204%;而授权经销商代表参与社会公益项目亦达到6268人次。

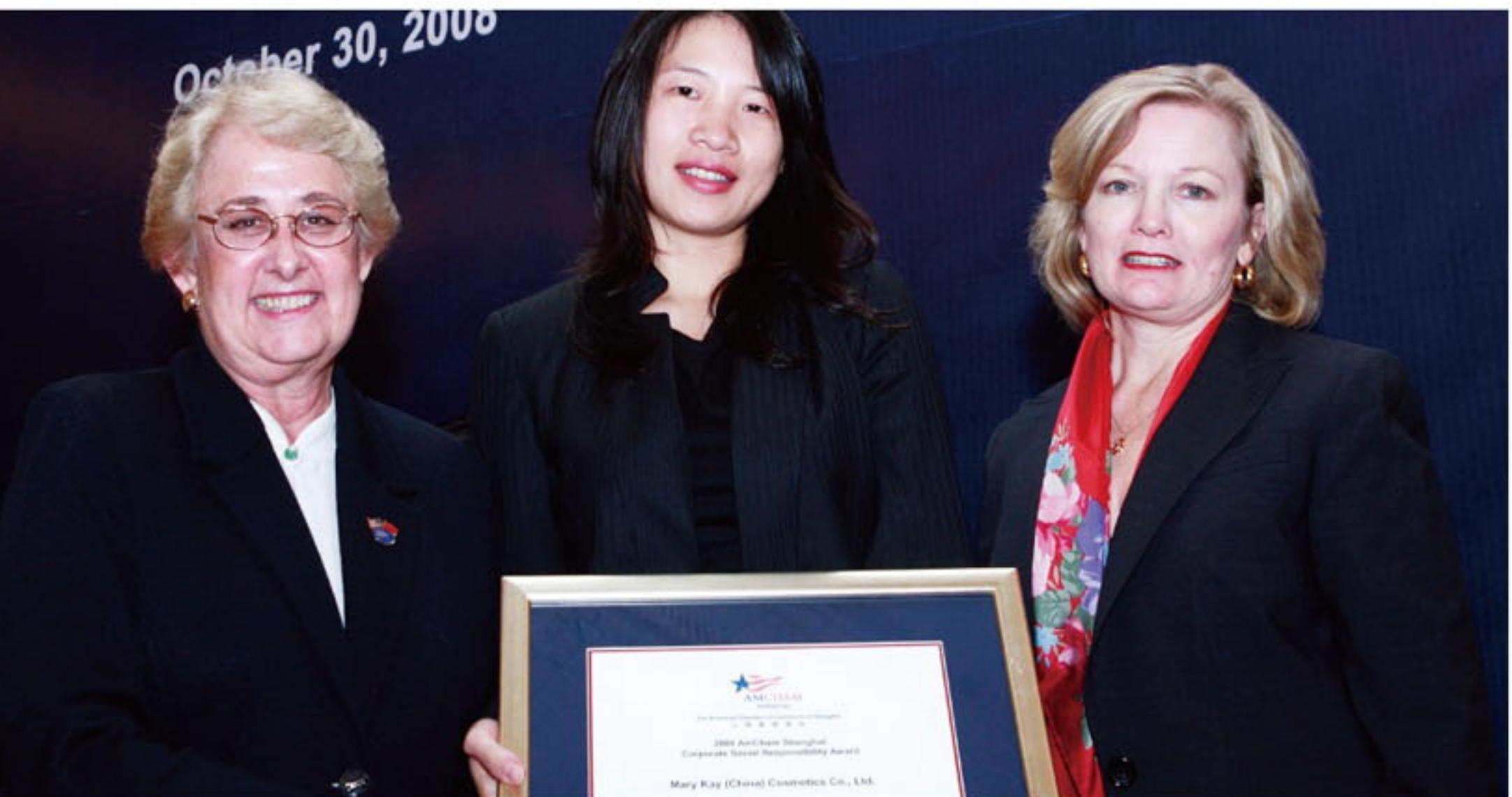
我们在履行企业社会责任方面所做的努力,不断受到社会各界的认可:

■ 2005年,荣获“上海美国商会企业社会公益奖”;

■ 2007年,入围“上海美国商会企业社会责任最佳实践公司”,并荣获光明日报社授予的“光明公益奖”;

■ 2008年,入围“上海美国商会企业社会责任奖”,被第一财经授予“中国社会责任榜·女性关怀奖”,并被中国妇女基金会授予“支持中国妇女公益事业慈善先锋奖”;

■ 2009年,被中国儿童少年基金会授予“中国儿童慈善奖”。



展望未来

我们相信,只要坚持用正确的方式做正确的事情,好的结果就会自然而来。

在未来的岁月中,我们愿一路信守对创始人玫琳凯女士、对消费者、对销售队伍和员工及对社会和环境的承诺,一如既往地承担并履行我们的企业社会责任。我们愿拥有爱、分享爱、传递爱,为家人、为朋友、为那些需要帮助的人们而行动,持之以恒,不断努力!



MARY KAY
玫 琳 凯



本手册由环保纸印刷