

MARY KAY

CSR
Report 2010

玫琳凯中国
企业社会责任报告

15

美丽 年

Fifteen Anniversary

CSR
Report
2010

CSR
Report
2010



特别的回忆	别册
不变的承诺	1
总裁寄语：15年，我们不负使命！	3
信守对玫琳凯女士的承诺	5
1.做玫琳凯文化的传承者	5
2.做规范经营的典范	6
3.做科技创新的先锋	8
4.保持良好的经营和稳定的盈利	9
信守对消费者的承诺	10
1.品牌建设进入新阶段	10
2.产品配方持续创新	11
3.产品质量严格控制	12
4.黄金法则服务	13
5.消费者权益保护	14
信守对玫琳凯人的承诺	15
1.幸福生活的保障	15
2.独特文化的体验	16
3.全面成长的摇篮	17
4.社会价值的体现	17
信守对社会的承诺	21
1.丰富的生命	21
2.和谐的世界	26
3.绿色的地球	30
4.灾难救助	33
未来的展望	35

Mary Kay Ash

玫琳凯公司所获取的成功远远不是金钱、一幢幢高楼和企业资产所能概括的。玫琳凯公司真正的成功之处在于，它能够改变女性的生活，让她们对自己的生活充满希望。

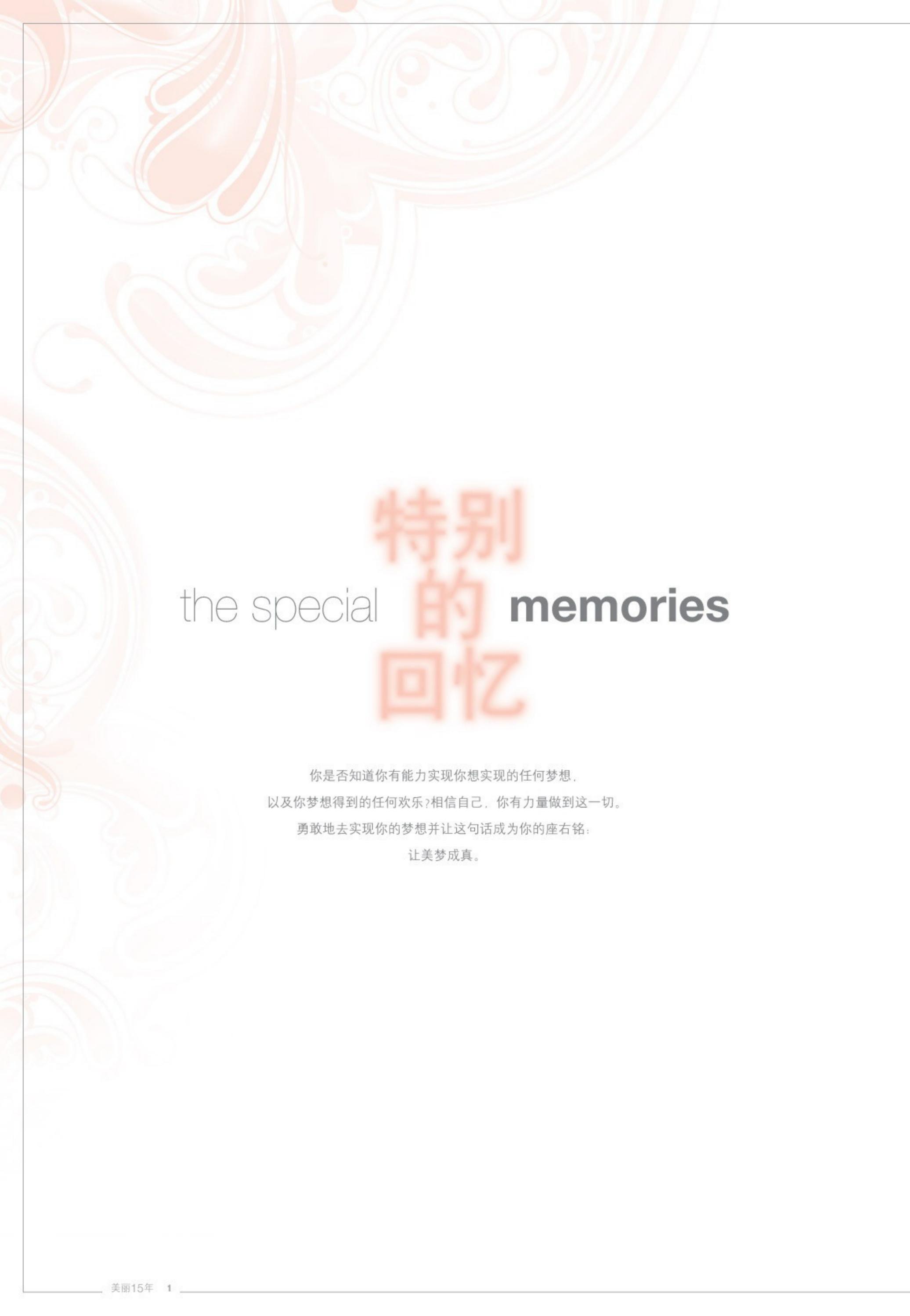
——玫琳凯·艾施



1963年9月13日，在年仅20岁的儿子理查德·罗杰斯的支持下，45岁的玫琳凯·艾施拿出毕生积蓄5000美元，在美国德克萨斯州达拉斯市创办了玫琳凯化妆品公司。如今，玫琳凯已发展为全球最大的护肤品和彩妆品直销企业之一。2009年，玫琳凯的销售额达到25亿美元。玫琳凯公司业务遍布全球超过36个市场。

1994年，玫琳凯公司投资2000万美元在杭州经济技术开发区创建了美国本土以外的第一家海外工厂。1995年，玫琳凯中国正式开业。玫琳凯中国秉承了玫琳凯“丰富女性人生”的全球使命，以及乐施精神、黄金法则、让我感觉自己很重要、生活优先次序等价值观，并始终信守对创始人玫琳凯女士、对消费者、对玫琳凯人以及对社会的不变承诺，逐步发展为中国最重要的直销企业之一。

值此公司开业满15周年之际，我们特地采访了部分员工、销售队伍及公益事业合作伙伴，邀请他们为我们讲述与玫琳凯中国有关的一些难忘经历与感受。我们将这些珍贵的私人叙述呈现在今年企业社会责任报告的开篇部分，希望从人的角度来展现，一家有着优秀传统文化的公司以及一群有着美好梦想的人们，在过去15年间为了实现他们的使命与承诺而曾经走过的或顺利、或艰难、或感动、或振奋的每一步。



特别的
回忆

the special **memories**

你是否知道你有能力实现你想实现的任何梦想，
以及你梦想得到的任何欢乐？相信自己，你有力量做到这一切。
勇敢地去实现你的梦想并让这句话成为你的座右铭：
让美梦成真。



1995

蔡庆国

(玫琳凯亚太区总裁)

我准备好为女性服务了



我在玫琳凯公司最难忘的经历,莫过于同玫琳凯女士的初次会面。

那是在1995年,玫琳凯正打算到中国市场开设子公司,于是找到了我。记得玫琳凯看到我后,对我说的第一句话是:“KK,我很抱歉,这家公司并不是为了像你这样的人而创办的。”我心想,这下没戏了。没想到,玫琳凯很快又说,“这家公司是为全世界女性而创办的。”随后,这位77岁的老人便紧紧握住我的手,温柔地看着我的眼睛,问道:“你准备好为女性服务了吗?”我暗自算了一下,我有一位太太,三个女儿,我家里还养了两条母狗……好吧,看来我是命中注定要为女性服务了,于是便回答道:“是的,我准备好了。”

就这样,我成了玫琳凯中国的第一位总裁。1995年,我带着“丰富女性人生”的使命来到了中国,同时也带来了玫琳凯的价值观——乐施精神、黄金法则,让我感觉自己很重要以及生活优先次序。3年后,由于工作上的调整,我把在中国传承玫琳凯使命与价值观的重任交给了麦予甫先生。我很高兴地看到,这么多年来,玫琳凯中国一直严格恪守着这些使命和价值观,无论在它飞速发展的时期,还是在它陷入困境的时期。今天,玫琳凯中国已成为玫琳凯亚太地区乃至全球最大的子公司,我从心底为它感到骄傲!

1996

顾梅

(玫琳凯中国资深首席授权经销商代表)

是玫琳凯培养了我



1996年是我人生中最重要的一年,就在那一年,我成为玫琳凯中国的一名首席授权经销商代表。我的就职仪式是在玫琳凯的第一届领袖会议上举行的,我爸爸和我女儿一起出席了那次仪式。记得那天,爸爸比我还要激动,站在台上,他说:“我们只是一个非常普通的家庭,是玫琳凯培养了我的女儿顾梅。”

在刚刚成为首席时,我对首席这个职称的理解是事业的高峰、成功的标志。然而,随着时间的流逝,以及对公司文化的深入理解,我越来越强烈地感到,首席这个职称更是一种承诺、一种责任和使命。玫琳凯女士把首席亲切地称作自己的女儿,因为她相信我们会把玫琳凯的梦想、使命和价值观不断传承下去,而这些才是她留给我们最珍贵的财富。作为玫琳凯中国的第一位首席,我感到自己肩上的担子尤其沉重。

后来我看到更多的姐妹也成为首席,商绍瑾首席特意将她的就职仪式安排在我成为美容顾问10周年的那一天,而陆宁首席则在她的就职仪式上穿上了她当年为了参加我的首席就职仪式专程去买的晚礼服,这也是她人生第一件晚礼服。她们用这样细腻的方式告诉我,我是她们的榜样。我希望自己不会辜负玫琳凯对我的期望和姐妹们对我的信任,在有生之年继续努力,把玫琳凯的文化与事业机会带给更多的中国女性。

1997

唐可

(玫琳凯中国资深首席授权经销商代表)

我的“第一枚流动的奖牌”



我是在1997年夏天和顾梅首席同时达成“粉红色轿车计划”挑战的,公司当时在上海的瑞金宾馆为我俩专门举行了一个仪式,美国总部的高层也来了,还请来了美国的记者。过了几天,有个在美国的朋友特别激动地给我打电话,说在报纸上看到我的照片了。

公司帮我把车开回家后,邻居们都跑来看。那是一辆桑塔纳2000型轿车,在那个年代算是数一数二的车了。邻居们本来就没见过几辆轿车,更别提这么漂亮的粉红色轿车了,都觉得特别羡慕。

不过也就只能看看,因为我那时还不会开车,而且因为那时的小区没有车库,只能停到附近一条马路上,结果一停就是大半年。

第二年春天,我终于考出了驾照,就带着几个姐妹一起出门,一路上她们都不敢跟我讲话,生怕我撞车……

现在,有好多姐妹都已经达成了挑战,在公司的帮助下拥有了梦想中的粉红色轿车!每次回想起第一次坐粉红色轿车外出时的情景,大家都觉得特别感慨。对我们来说,粉红色轿车远远不只是一种代步工具,它是真正的“流动的奖牌”!

1998

麦予甫

(玫琳凯大中国区总裁)

不让一个人回家



1998年,在我刚刚继任为玫琳凯中国总裁,正准备大干一场时,公司却遇到了一场空前的危机。当时,国内直销市场良莠不齐,导致整个直销行业都陷入严重的信任危机,即便像玫琳凯中国这样规范经营的直销企业也未能幸免。于是在这年的4月,国务院发布《关于全面禁止传销经营活动的通知》,我们的业务也被迫中止。

在随后漫长的5个月中,公司没有任何收入。但我们还是坚持了下来——没有遣散一名员工,并且所有员工工资照发。为了保持员工、销售队伍和消费者对公司的信心,我们向他们承诺,玫琳凯中国不会关门,销售队伍或消费者如果想退货,我们保证来多少退多少。

那段时间,我总是让自己看起来非常有自信,我知道,要是让别人看见我一副无精打采的样子,整个团队就会人心涣散。但说实话,我并不知道最后的结果会怎样。有人说领导者是非常孤独、寂寞的,因为你的难处无法与人言说,的确是这样。我当时所有的决策都是基于一个原则,那就是做正确的事,而最正确的事,莫过于信守对每一位玫琳凯人的承诺:不让一个人回家。我下过一个决心,如果最终公司还是要关门,我会做最后关门的那个人。

正是这个原则引导我们渡过了最困难的时期。那年9月,我们被允许作为一家转型企业重新营业。听到这个消息时,我暗自舒了一口气,我想自己不需要做那个关门的人了。

1999

周保罗

(国际青年成就中国部董事长兼总裁)

与玫琳凯一起走过11年



上世纪90年代,我决定把全球著名的非营利教育组织——国际青年成就带到中国,希望为中国的经济发展培养具有品格、创造力和领导力的人才,以此作为对祖国的一个回报。

在美国时,我认识了一群和我一样热心公益的朋友,其中就包括玫琳凯中国的总裁麦予甫先生。决定回国创办国际青年成就中国部后,我就给这群朋友打了一圈电话,结果发现他们中的很多人也已经回到中国,并成为了很多跨国企业在华的负责人。我心想:“太好了!”于是很快列出一张清单,告诉他们我准备做什么,并且需要哪些帮助,清单里的第一项就是办公场所。

很幸运,麦予甫先生帮我勾掉了这一项。对于一家刚起步的非营利组织来说,这真的是一个非常大的帮助。于是在1999年,国际青年成就中国部上海办公室就搬到了玫琳凯中国在淮海中路的办公地点开始运作,当时只有2名员工。2007年,我们又随玫琳凯中国一起搬到了南京西路上的恒隆广场,现在我们在上海已经有11名员工了。

过去11年间,玫琳凯中国不仅为我们无偿提供了良好的办公环境,更为我们输送了大批优秀的志愿者,真的非常感谢他们。共同的价值观与共同的关怀对象已使国际青年成就中国部与玫琳凯中国一起走过了漫长的11年,我相信我们还会继续携手走向更美好的明天。

2000

杨泽生

(玫琳凯中国首席行政官)

公司盈利了!



2000年对玫琳凯中国来说是非常关键的一年,我们终于实现了盈亏平衡。从1998年10月获准转型后,这一直是我们的所有人的共同目标,因为公司只有先生存下去,才有可能去实现“丰富女性人生”的使命。

为了开源节流,我当时负责的财务部做了大量分析,以便算出销售必须达到的水平。我们还努力找出每一个可以省钱的地方,我们对分公司的考核甚至细致到水电煤占总费用的比例。另外,公司还提出了集中化、简单化、专业化的策略,把原来分散在各个分公司的财务、客服、IT等功能集中到总部,并将其中部分功能外包给专业的供应商,这不仅大幅提高了工作的效率,也进一步降低了成本。

在所有人的努力下,我们终于在2000年取得了盈利,而且一下子把前几年的亏损都弥补回来。美国总部为了嘉奖我们,本来要给中国子公司所有经理级以上员工发放一笔数额相当可观的全球奖,但总裁麦予甫先生坚持这是每一位员工的功劳,就和总部反复沟通,最终争取到每一位中国员工都可以拿到这笔全球奖,这在玫琳凯全球都是绝无仅有的。而且,在麦予甫先生的努力沟通下,本来作为那一年特例发放的全球奖,以后年年都会发放。所以我们常常说,在玫琳凯全球,中国的员工是最幸福的。

2001

秦国英

(中国妇女发展基金会秘书长)

玫琳凯中国是一个伟大的企业



全国妇联与玫琳凯中国的合作已经有9年了。2001年,玫琳凯中国在公司刚刚实现盈利后,便慷慨地捐出30万元,与我们全国妇联合作创办了“玫琳凯妇女创业基金”,来帮助下岗女工和贫困妇女通过创办自己的事业实现脱贫。

此后,玫琳凯中国在公司不断发展壮大的过程中,始终不忘对社会的责任,在过去9年间,玫琳凯中国向妇女创业基金持续投入,使基金总额达到了551万元。

我印象特别深的是,2008年四川地震后,玫琳凯中国在第一时间告诉我们,会对四川受灾妇女儿童进行援助。当时,很多企业因为金融危机都在缩减公益方面的捐赠金额,但玫琳凯中国却依然以一种大爱的精神,关怀着灾区的妇女儿童,全心全意地帮助他们脱离困境。

有一句话说,一个优秀的企业为社会提供的是优良的产品;而一个伟大的企业则不仅为社会提供优良的产品,而且会使社会更加美好。我觉得,玫琳凯中国就是一个伟大的企业,它正在实现着造福社会的承诺。

2002

杨敏玲

(玫琳凯中国首席授权经销商代表)

我们播下春蕾的种子



2002年年初的一次会议上,我们第一次听说了“春蕾计划”,当时有位经销商无意中提起,昆明二十八中有一个班级,班上40多名学生全都来自贫困地区,妇联为她们解决了学费,但生活费却没有着落,许多学生连身御寒的衣服都没有。

大家听了都特别心疼。玫琳凯一直告诉我们要乐施,要不求回报地帮助别人,我们当时就觉得,这是一个很好的机会让我们去实践乐施精神。于是有一天,我们20多个经销商就一起去二十八中看望了这些学生,并和她们分别结对,定期给她们一些生活费。公司知道这件事后,非常支持,总裁麦予甫先生亲自到昆明看望了这些学生。记得我们还组织了一场晚会,主题是“让冬天不再寒冷”,那晚,很多人都哭了。

不久后,公司就与妇联合作启动了“玫琳凯春蕾项目”,在全国各个贫困地区援建春蕾小学。我们听到后都特别高兴,因为春蕾的种子最早是在我们云南播下的。在公司的推动下,现在它们已在全国遍地开花。

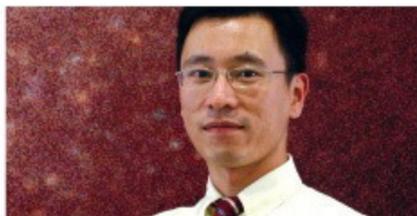
而我们最惦记的依然是最初的那40朵小花,她们现在都已长大成人。我那时结对的是一个叫李东芝的女孩,她已经大学毕业踏上工作岗位了,她在最近一封信里跟我说,会发奋努力回报社会,还说会做出成绩给我看。我相信她一定会的!

2003

杜思远

(玫琳凯中国高级信息技术总监)

“老师，鼠标是什么？”



订单网站对公司发展的意义，可以举一个小例子来说明。没有订单网站那会儿，有次去广东分公司出差，结果看到前来订货的100多名美容顾问一直排到了马路上。跟我一起去的美国同事立马就傻眼了，估计他这辈子都没见过那么多女人排着队等着买东西的情景。

其实广东分公司当时已经是公司员工最多的分公司之一，但光靠人工的话，每天的订单处理能力最多也就1000多张订单，按照公司的发展速度，不上高科技不行。

不过，光有高科技也还是不行。记得订单网站上线后，我们去各地给美容顾问做培训，结果有场培训做到一半，一个美容顾问就站起来问了：“老师，你说点击鼠标，鼠标是什么啊？”

不过不管怎样，我们总归是手把手地把美容顾问都教会了。到第二年，我们所有的订单都上网了，这下，老外同事再也看不到美容顾问排队订货的盛况了。

2004

殷涛

(玫琳凯中国生产制造副总裁)

要建中国最好的化妆品工厂



我是2004年4月份加入公司的，第一个任务就是建新工厂。大概在7月份，我被派到美国总部学习，跟总部的同事一起讨论这个项目。

我们的目标是建中国最好的化妆品工厂。首先当然是质量，对化妆品制造来说，最重要的一关是原料控制。为了从源头控制好质量，我们的原料基本上95%都是全进口，而且从全球统一的供应商处采购。即便如此，我们仍然坚持在每一批原料进厂后，都要对它们做全检。即便到今天，中国的化妆品制造企业里也找不出几家原料几乎全检的，所以这是一个很高的标准。

我们还考虑到实验室，我们的定位是建业内最好的实验室，完全参照国际实验室标准来做，包括配备一个非常先进的抽气罩，这主要是考虑到员工的健康，因为化学实验中会产生各种气体，用了这个抽气罩，实验室里就一点味道也没有了。

其他像环保、内部装饰如何体现企业文化等也都是我们反复考虑的问题。

不过在美国开会时还发生了件特别好玩的事。记得开会时，我提了个问题，大意是我们考虑了那么多，有没有谁做过投资回报调查。结果有个年轻的小伙子说，他正在做。我就说很好。一直到很后来我才知道，那天发言的小伙子竟然是玫琳凯女士的爱孙Ryan Rogers!

2005

袁纯

(玫琳凯中国高级人力资源总监)

十年的流金岁月



2005年是非常美好的一年,公司迎来了开业后的第一个十年,而且业务蒸蒸日上。为了给员工留下一个难忘的回忆,我们决定把这一年的员工年会放到美丽的三亚举行。员工们听到这个消息后都特别振奋。管理层也高度重视这次年会,连总裁都亲自参与了各项前期准备工作。

三亚年会取得非常大的成功,最难忘的是十周年员工上台分享感言的环节,台上台下许多员工都泣不成声,因为一路走来真的很不容易。记得那年,我们一共有11位10周年的员工,而现在,我们10周年的员工已经有89位了!

那年年会上,我们还一起庆祝了公司第二次被《财富》(中文版)杂志评为“卓越雇主”,这是我们十分重视,也让我们感到非常自豪的一个荣誉,因为它是员工给我们的,它的评选依据完全来自员工满意度调查。“卓越雇主”的调查与评选是隔年举行一次,到2009年,我们已经连续四次获得了这一称号,也成为中国市场上唯一一家连续四次获得这一称号的企业。

2006

翁文芝

(玫琳凯中国销售副总裁)

“你们的考试很当真!”



2006年12月1日,玫琳凯中国正式获得直销牌照。这不仅是对公司、也是对我们每一位销售队伍的认可,它证明我们所一直坚持的“玫琳凯的方式”是正确的,而我们接下去要做的,就是继续按照“玫琳凯的方式”更好地服务于我们的顾客。

所谓“玫琳凯的方式”,就是通过标准美容课用黄金法则的服务向顾客提供美容知识,推荐适用的产品。为了帮助销售队伍更好地掌握标准美容课的技能,在获牌后的半年内,我们在全体销售队伍中持续开展了标准美容课大赛。

我们还对每一位授权经销商代表的申请人进行了标准美容课技能考核,包括笔试、面试和技能考核三部分。有位朋友正好是我们的顾客,她有次碰到我,跟我感叹:“你们的考试很当真呢,简直跟我们单位考高工一样。”原来,一开始接到邀请时,她以为这种考试就是走个过场,没想到现场气氛非常严肃,分公司员工、经销商全部到场,一项一项打分。后来听说自己的美容顾问只考了70多分,她还挺抱不平地又给我打了个电话说:“其实人家平时服务挺好的,你们打分打得太严了!”

我告诉她,我们对授权经销商代表的要求的确非常严格,因为她们承担着辅导美容顾问的责任,让我们的美容顾问成为美丽的使者,不仅自己多面美丽,更要传递美丽,做到“美丽到家”。

我们的努力没有白费,从2007年起,美容顾问的形象在不断提升,人均销售额和人均收入也连年上升,而公司的业绩也获得了健康的成长。这一切正如玫琳凯女士所言,做正确的事,好的结果就会自然而然。

2007

张怡筠
(心理学博士)



玫好家园中的美丽女人

现代女性比以前面临更多的选择和机遇,压力以及挑战。如何平衡自我、家庭以及事业成为每个女性需要面对的问题。玫琳凯的“玫好家园”项目,帮助女性构建和谐家庭文化,丰富女性人生。

在与玫琳凯合作出版《幸福其实很简单》和《品味幸福女人》的过程中,玫琳凯女性的故事深深打动了我:有人勇敢追求自己的爱情,在一次婚姻失败后勇于从自己身上找原因,用聪明女人的方式获得了幸福;有人不幸遭受意外工伤毁容后,在玫琳凯姐妹的帮助下从痛苦的深渊中走出来,明白容貌的损伤不能毁掉生命,给生命画上了绚丽的妆容;有人在汶川地震的灾难中克服自我的恐惧,勇敢地走进灾区,用玫琳凯的热情感染帮助着灾民……她们的内心充满着爱,用爱拥抱生活、家庭和事业,这就是玫好家园所赋予的精神,带领女性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。

2008

林叶亭
(玫琳凯品牌形象代言人)



“美丽不只一面”的人生

作为玫琳凯的品牌代言人,我非常推崇玫琳凯所提倡的“信念第一,家庭第二,事业第三”的生活优先次序。只有具备坚定信念的女性,才能去创造“美丽不只一面”的人生。这与我的生活理念不谋而合,也促成了我与玫琳凯的美丽之缘。

“我对成功的定义包括过着一种平衡的生活。”我非常认同玫琳凯女士说的这句话。对于我而言,工作的目的其实是为了让家庭更和乐,事业和家庭一同成长,从容地平衡,这样才是真正幸福的人生。在我的印象里,玫琳凯女人也是这样,美丽不只在外表,她们总是积极地对待事物,从容应对事业、家庭以及个人生活的平衡。玫琳凯就是这样指引我们,多面美丽的生活并不难拥有,只要有足够的自信加上努力,每个人都能在不同的身份中获得成功的幸福感。而我也将继续贯彻这一理念,拥有“美丽不只一面”的人生!

2009

王维芸

(玫琳凯中国首席法务官)

永远做正确的事



2008年,公司提出了一个振奋人心的愿景:成为行业典范。根据这一愿景,2009年,我们在之前多年工作的基础上加强了合规措施,并构建了全面的合规项目,以确保我们的愿景是建立在各方面合规操作的坚实基础上。

对我们来说,合规不仅是为了满足法律的要求,更是公司一直以来的价值观。比如在对员工进行《反海外腐败法》合规政策培训时,我们会从“公司的成长必须建立在诚信原则的基础上”阐述合规的重要意义;为了帮助员工更好地理解并遵循合规政策,我们按照“黄金法则”,以部门为单位开展了更有针对性的培训,并针对各部门的实际工作设计了不同的模拟测试场景,再与员工一起讨论如何做到合规。

我觉得在玫琳凯做法务在思想上是非常轻松的,因为玫琳凯从来不会要求你去打擦边球或是去钻法律的空子——事实上,玫琳凯总是以最高的道德标准要求自己。我的老板曾分享给我玫琳凯女士告诉他的一句话:“无论如何都要用心确保,我们永远在做正确的事。”这句话我一直铭记在心,并将其作为我自己以及我所服务的这家公司的立身、立业之本。

2010

纪颖

(玫琳凯中国市场副总裁)

“美丽到家”缔造多面美丽



作为一家在彩妆和护肤方面拥有超过46年经验、值得信任的全球性公司,我们一直相信,女性的魅力不是只有一面,也不只存在于外表,而应该源自内在的品质。所以在2008年,我们推出“美丽不只一面,心动不止一刻”的品牌主张,就是要让女性有爱、有生活、有美丽——充满自信、充满激情,从容地平衡生活、工作和家庭,在不同的场合,不同的瞬间,都绽放出知性的光彩。

今年,承袭“美丽不只一面,心动不止一刻”的品牌理念,为了能让消费者从玫琳凯不仅能得到优质的产品,更是专业的美容知识和服务,我们赋予了品牌新的使命,即“美丽到家”服务,与你分享美丽的心得,传授美丽的秘诀。无论是护肤美容方案、个人彩妆指导,还是在不同场合的妆容造型建议、免费产品试用和送货上门。让玫琳凯“美丽到家”服务,成就中国女性多面的美丽。



不变的 的承诺 的承诺

the same 的承诺 commitments

尽管随着时间的推移,我们周遭的事物发生了很大的变化,
但还有许多原则是永恒不变的。
如我们公司赖以生存的基础原则:乐施精神、黄金法则以及生活的顺序,
信念第一、家庭第二、工作第三是不会改变的。



总裁寄语

15年，我们不负使命！

2010年是又一个值得浓墨重彩书写的年份。对中国来说，举世瞩目的世博会第一次在上海举行，和两年前的北京奥运一样，这一国际盛事又一次彰显出中国这个正在再度崛起的东方大国日益增长的国力与影响力。

而对玫琳凯中国来说，2010年同样是值得记取的一年，我们以国际部第一名的成绩为我们的15周年交上了一份令人满意的答卷；与此同时，我们对两个最重要的公益事业合作伙伴——中国妇女发展基金会和中国儿童少年基金会的捐赠，双双突破了1000万元，而我们在社会公益事业上的总投入已累计达到4600万元。在这里，我想每一位玫琳凯人都可以自豪地说，我们不负使命！

15年的持续发展，既得益于中国欣欣向荣的市场环境，也得益于对公司创始文化的坚守与传承，这些年所取得的成就，让我们愈加坚信公司创始人玫琳凯女士告诉我们的一句话：做正确的事，好的结果就会自然而然。对我们来说，正确的事就是始终信守四个不变的承诺，它们是：

- 对玫琳凯女士承诺，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，同时携手其他直销企业共同推动直销行业健康持续发展。
- 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”。
- 对玫琳凯人承诺，全方位地发展销售队伍和员工多面的美丽，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。
- 对社会承诺，积极承担企业社会责任，不断引导玫琳凯人，并影响更多人为社会和环境做出贡献。

不变的
the same 的承诺 commitments



李楠

玫琳凯大中国区域总裁

从今年开始,我们将用“美丽到家”一词来概括我们在信守四个承诺方面所做的努力。“美丽到家”要求我们首先提升我们的员工和销售队伍成为有爱、有生活、有美丽的“美丽多面体”,再按照“黄金法则”的要求,通过关注他人的需求,帮助我们的消费者以及公益事业对象提升为“美丽多面体”。

这份报告是玫琳凯中国向公众正式发布的第二份企业社会责任报告。作为一家非上市公司,玫琳凯本来并没有义务披露在履行企业社会责任方面的信息,但是玫琳凯从来就是这样一家企业——它总是要求自己比法律规定的做得更好。我们希望通过定期发布企业社会责任报告的方式,时时回顾、校准我们的方向,看看我们所做的一切,是不是都严格遵循了“玫琳凯的方式(The Mary Kay Way)”,同时鞭策自己,还有哪些地方可以做得更好。

信守对玫琳凯女士的承诺

我们对玫琳凯女士承诺,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,同时携手其他直销企业共同推动直销行业健康持续发展。

1. 做玫琳凯文化的传承者

Mary Kay Ash

在追求成功的道路上,我们必须充满自信。我们不能为了事业而放弃自己的原则。

——玫琳凯·艾施

我们的使命

丰富女性人生

- 我们将通过各种切实的方法,为消费者提供高品质的产品,为美容顾问创造更多的获得收入的机会,并帮助公司员工体验成功的事业。
- 我们将深入女性的心灵,帮助她们实现个人成长,走向成功。
- 我们将秉持公司一贯的积极的价值观以互相关爱的精神实现公司的使命。

我们的价值观

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

2. 做规范经营的典范

Mary Kay Ash

做你所认为的正确的事,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

我们将规范经营视为我们最基本的企业社会责任,力求在开展业务的每一个环节都做到合法规范,致力于成为一家令玫琳凯人自豪、政府推崇、行业效仿、公众尊重的公司。对玫琳凯中国来说,规范经营不只是为了符合政府监管部门的要求,更是与公司“丰富女性人生”的使命一脉相承,因为我们希望提供给中国女性的是一个公平、公正的事业机会,而这要求每一位销售队伍成员必须做到规范经营。

参与发起并签署直销企业自律公约

2010年4月12日,我们联合中国直销行业最具影响力的几家企业共同发起了“直销企业自律公约”签署仪式,总裁麦予甫先生亲自出席仪式,并与其他14家获得商务部核准的直销企业代表共同签署了自律公约,向社会做出郑重承诺:为了加强直销企业的自律,促进直销企业的健康发展,不仅要依照《直销管理条例》的要求开展运营,而且还要以更高的商业道德为消费者和直销员服务。





《反海外腐败法》合规政策

《反海外腐败法》对玫琳凯公司及员工个人的要求



深入开展规范经营宣教

作为中国目前最具影响力的直销企业之一,我们在中国已有几十万名销售队伍,这使我们深感责任重大。我们一直认为,直销企业对社会最基本的责任,就是引导帮助每一位销售队伍成员严格做好规范经营。2010年1月起,我们在日常规范宣教工作的基础上,进一步通过月度城市沟通会、《喝彩》月刊、《经销商通讯》月刊等各种内部沟通渠道,以及新美容顾问培训、新经销商培训等各种培训场合,对所有销售队伍进行了规范经营的强化宣教。

广泛宣传直销法规

从2007年起,我们在社区居民、学校师生及社会公众中持续宣传普及《直销管理条例》和《禁止传销条例》的有关知识,帮助他们远离非法传销,切实保护他们的合法权益。截至2010年9月,我们已在全国各地累计开展了70余场直销法规宣传活动,销售队伍志愿参与超过7500人次。

持续落实反贿赂合规项目

作为一家美商独资企业,我们严格恪守美国《反海外腐败法》(FCPA)和中国反贿赂法规的各项规定,在公司内部持续多年开展了反贿赂合规项目。2010年,我们在新版员工手册中增加了经营行为准则的有关内容,我们还更新了FCPA合规政策的中文版,并通过员工内部网站予以公示。此外,我们持续不断地为不同部门的员工提供了有针对性的培训,帮助他们更好地理解并遵循FCPA和中国反贿赂法规的有关内容。

3. 做科技创新的先锋

Mary Kay Ash

在我们公司,有这样的说法:“人们愿意支持创新者。”

——玫琳凯·艾施

身处日新月异的市场环境中,我们一直在积极探索、利用各种先进技术及创新理念,不断提升运作效率和客户满意度。我们愿意随时随地迎接变化,并从变化中寻找可持续发展的机会。

启用移动电子商务平台

2010年3月,我们正式启用移动电子商务平台“手机玫琳凯之窗(mkwap.cn)”,使销售队伍通过手机即可享受到便捷的下单支付、业绩管理、信息浏览等强大功能。“手机玫琳凯之窗”是网络版“玫琳凯之窗”的延伸与补充,将帮助那些没有电脑或是经常出差的销售队伍也能随时随地开展业务,彻底实现“时时处处玫琳凯,让女性更精彩”的目标。

组建创新团队

2009年6月,我们正式组建了创新团队。创新团队由员工自愿报名参加,并分为“E机会”、“品牌建设”、“顾客体验”及“卓越运作”等不同主题的创新小组。创新团队成员通过小组会议、创新论坛等途径,为公司各方面的工作献计献策。目前,共有200名员工报名成为创新团队成员,累计贡献合理化建议约600条。物流部同事根据自己的工作经验提出了将成品、物料及女主人礼物直接从供应商处发往区域配送中心来改善物流配送系统,这大大的提高了配送效率并降低了成本;通过将部分拣货步骤并行操作,使公司原有的拣货效率提高了一倍。目前这2个项目已被公司采用,预计可为公司节省成本达150万元。创新团队的组建,使我们能够更加贴近地了解到客户的需求,提升业务水平,同时也促进了跨部门员工间的沟通协作,实现了优势互补。



不变的
the same commitments
的承诺

4.保持良好的经营和稳定的盈利

销售额

2009年较2008年达成2位数的增长,较1999年增长超过41倍。

利润

从2003年至2010年,连续7年蝉联“全国化妆品制造行业效益十佳企业”第一名

纳税

杭州经济技术开发区2009年度纳税总额十佳企业

上海市静安区2009年度纳税百强企业第6名

我们的荣誉

浙江省2009年度日化行业龙头企业

杭州市2009年度十大突出贡献工业企业

杭州市2009年度最大规模工业百强企业

信守对消费者的承诺

我们对消费者承诺,提供不断满足她们需求的优质产品,以及“黄金法则服务”。

1. 品牌建设进入新阶段

正如创始人玫琳凯女士所言,玫琳凯远远不止是一家卖口红公司,我们希望为消费者带来的是全方位的美丽。2008年,我们首次提出“美丽不只一面,心动不止一刻”的品牌主张,并投放了亚太地区首支品牌形象广告,全面阐释玫琳凯对于美丽的独特理解。2010年,我们将启动第二阶段的广告宣传,我们将向消费者展示,玫琳凯如何通过“美丽到家”服务,帮助消费者实现“美丽不只一面,心动不止一刻”的梦想。

美丽到家

生活,永远是女性展现自我的舞台,
玫琳凯不仅为你讲述一个多面美丽的故事——
更塑造你,帮助你成为故事的主角。

与你分享美丽的心得,
传授你美丽的秘诀,
她唤起你无限的潜能,
让美丽由内而外地焕发——
你将是生活闪亮的焦点,
让不同的瞬间,不同的场合
都充满因你美丽的喝彩。

玫琳凯,美丽到家服务
美丽不只一面,心动不止一刻



2.产品配方持续创新

2010年,我们针对中国女性的特别需求,先后推出了全新的美白系列产品和舒颜系列产品,受到中国女性的极大欢迎。

全新玫琳凯美白系列产品

亚洲女性素来有着“以白为美”的传统观念,全新玫琳凯美白系列产品正是针对亚洲女性的这一特殊需求而研发,富含特别的MelaCEP™美白复合物,充分凸显玫琳凯对亚洲消费者的重视与关怀。

全新玫琳凯舒颜系列产品

身处中国这样日新月异的新兴市场,中国女性,特别是中国都市女性承受了更多的外界压力和刺激。全新玫琳凯舒颜系列产品正是为了帮助女性缓解这些压力和刺激而研发,能够帮助女性更有自信地面对繁忙的工作,完美平衡事业与自我。



不变的
the same 的 commitments
承诺

3. 产品质量严格控制

质量是产品的生命,值得我们投入最多的重视。我们的亚太生产中心已于2006年和2008年先后通过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。

- 研发环节:通过皮肤刺激性、敏感性测试,功效评价,安全性评价,消费者测试。
- 原料采购环节:95%全进口,采用全球统一的、经过严格质量审计的供应商,确保全球产品品质的一致性。
- 生产制造环节:按FDA的GMP(化妆品良好生产管理规范)进行管理。覆盖了过程控制、环境控制、设备控制、制成品控制等多道环节。
- 测试环节:先进强大的实验室测试能力,严格保证玫琳凯产品不仅符合国家标准,而且符合玫琳凯全球标准。



4. 黄金法则服务

玫琳凯女士将公司建立在“你希望别人怎样待你，你也要怎样待别人”这一黄金法则的基础上，而以他人需求为中心的“黄金法则服务”一直是玫琳凯公司不可复制的竞争优势之一，它要求我们：

- 站在对方的角度，了解他/她的需求。
- 以对方喜欢的方式，满足他/她的需求。
- 关注对方想要的，而不仅是自己想给予的。

面对面的小型美容课

让消费者在购买前可以免费试用产品，并享受到个性化的美容指导。

0-2-2-2售后服务

“0”代表顾客购买产品的当天晚上，美容顾问及时电话回访，了解顾客的使用感受；第1个“2”代表顾客使用产品2天后，美容顾问提醒顾客施用手法等注意要点；第2个“2”代表顾客使用产品2周后，美容顾问将结合顾客最初的需求了解目前改善程度，进行现场服务；最后1个“2”代表2个月后，美容顾问再次拜访顾客，如有需要及时调整配方等。

玫琳凯质量满意保证

我们向消费者公布《玫琳凯质量满意保证》，消费者在使用过程中对产品有任何不满，均可依据相关条款退换货。

专业的客户服务中心

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，可以为消费者提供每周7天、每天11小时的人工服务及每周7天、每天24小时的自助语音服务。

5. 消费者权益保护

为了帮助消费者提升自我保护意识,切实维护消费者的合法权益,每年“三·一五”期间,我们的志愿者都会积极参与各地工商部门与消费者保护协会组织的消费者维权宣传活动。

2010年3月10日至3月15日,遍布全国17个省份的500余位玫琳凯志愿者先后来到所在城市的广场、社区,向2万余名消费者发放了关于如何正确选购化妆品的宣传单页,有效普及了化妆品的选购知识。我们还协助各地工商部门印制了大量公益海报、公益专刊等,进一步扩大了宣传活动在消费者中的影响。

我们的荣誉

2009年10月,玫琳凯被中国妇女杂志社评为“中国女性消费者喜爱/信任品牌”

2010年3月,玫琳凯山西分公司被山西省消费者协会授予“2009年度消费维权先进单位”

建立湖北省首个直销企业“12315消费维权联络站”



信守对玫琳凯人的承诺

我们对玫琳凯人承诺,全方位地发展销售队伍和员工多面的美丽,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。

1. 幸福生活的保障

Mary Kay Ash

你肩负着事业、家庭、家务以及许多其他责任,我们公司不仅在经济上为您的家庭带来了安全感,还关心着您的健康,希望您拥有美好和充实的生活方式。

——玫琳凯·艾施

我们提供有竞争力的全面薪酬,持续鼓励玫琳凯人培养属于自己的健康生活方式,创造美好的生活品质。

全球健康攻坚战项目

2008年起,在玫琳凯全球高层管理者的倡议下,玫琳凯每年都会在全球各地同步发起“全球健康攻坚战项目(Global Wellness Program)”,通过每年4次、每次45天的主题攻坚战,帮助玫琳凯人从小事做起,培养和修炼良好健康习惯,从而逐渐实现质的飞跃。在中国,我们每年都有90%以上的员工通过参与该项目使自己受益。

2010年全球健康攻坚战项目计划包括:

- 蔬果多一点——每周3天,每天吃5份蔬果。
- 运动多一点——养成步行的习惯,进行体育活动,让心脏更健康。
- 意识多一点——关注健康的途径,分享健康心得。
- 时间多一点——每周3次,每次30分钟,让自己焕发活力。

不变的
the same 的承诺
commitments

2. 独特文化的体验

Mary Kay Ash

对我来说，“P”和“L”这两个字母并不一定要表示“利润(Profit)”和“亏损(Loss)”，我觉得这两个字母意味着“人(People)”和“爱(Love)”。我们公司为你的家人带来了稳定感，还希望你的家庭和你一样感受到这份爱。

——玫琳凯·艾施



我们通过体贴入微的关爱、双向透明的沟通、无处不在的认可和独具特色的活动，让玫琳凯人时刻感受玫琳凯文化的爱与被重视的氛围，更将这份爱延伸到他们的家庭。

WOW! 全球认可计划

2010年7月8日，WOW!全球认可计划在中国正式启动。该计划在我们原有认可项目的基础上，为员工提供便利的在线提名方式及更多丰富实用的认可工具，所有员工均可参与。WOW!全球认可计划分为特别表扬、积极表现、杰出成就、年度明星等不同层级，每个层级都有不同的认可标准和认可方式，从每天的成就到长期的卓越，WOW!全球认可计划激励员工不断进步。



3.全面成长的摇篮

Mary Kay Ash

玫琳凯公司为员工提供了“成功的阶梯”，这个成功不仅仅是你个人能力的提升，我们更希望你通过自己的努力获得全方位的成长。

——玫琳凯·艾施

我们通过制定品、才、貌的素质模型、实施员工业绩循环发展流程、提供丰富多样的培训和发展资源，帮助员工在品格、能力和形象上获得全面成长。

卓越领导力培训

从2009年起，我们开始在所有玫琳凯人中间逐步开展卓越领导力培训，激发他们全力以赴创造价值的意愿，并帮助他们掌握方向与工具，通过结合实际工作，提高全面思维与执行力。截至目前，共有559位员工和销售队伍参加了卓越领导力培训。

4.社会价值的体现

Mary Kay Ash

你只有先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。这就是收获的法则，这就是十倍增值回报的法则。

——玫琳凯·艾施

不变的承诺
the same commitments

我们通过实施“玫琳凯志愿者项目”，鼓励我们的员工和销售队伍积极履行对社会的承诺，让志愿服务成为我们追求完整生命价值的一种方式，用我们的乐施不断感染、影响更多的人。

我们还特设“感恩奖”认可，向那些为社会持续做出贡献的员工和销售队伍成员授予特别的“感恩杯”。“感恩杯”由总裁麦予甫先生亲自设计，其形状如同一个倒过来的水杯，寓意在获得他人帮助后，应懂得用感恩的心做出回馈，而回馈的最好方式，便是不断倒空自己，去帮助更多的人。截至目前，我们共颁出10个感恩杯。



“美丽·奉献”爱心唇膏认购活动

从2008年起，玫琳凯每年都会在全球范围内发起“美丽·奉献”爱心唇膏认购活动，在每年为期3个月的活动期间，各国子公司均会将指定爱心唇膏的部分销售收入捐赠给当地妇女儿童事业。在中国，我们已有超过2万人次的销售队伍积极参与这一爱心活动，累计筹款达44万元，我们将这笔钱全部投入了“玫琳凯春蕾项目”，用于持续关爱贫困地区的春蕾学生，为他们创造更好的学习环境。

2010年“美丽·奉献”爱心唇膏认购活动已于9月5日正式启动，在中国，每售出一支限量版太妃红色炫润唇膏，我们即会为春蕾学生捐款20元。我们的销售队伍正以极大的热情再次投入这一年一度的爱心盛事，为帮助春蕾学生贡献她们的力量。



玫琳凯JA志愿者项目

从1999年起,我们便一直为非盈利教育组织国际青年成就(JA)中国部免费提供办公及培训场所,并鼓励员工积极参与JA中国组织的各项志愿教学活动,帮助中国青少年提升他们的竞争力。

2010年4月10日,包括市场副总裁纪颖女士在内的7位玫琳凯志愿者主动放弃休息时间,前往上海大学参加“事业启航工作坊”活动,与35位在校大学生近距离分享他们在职业发展中的得失,帮助大学生做好职业发展规划。

2010年5月10日,总裁麦予甫先生来到上海市第三女子中学,参加“与企业领袖面对面”活动,与600余位高中生一起,围绕中学生如何走向成功等话题进行深入交流,以此来帮助高中生更早、更好地进行职业规划。

2010年7月5日,来自上海市第三女子中学高一年级的38位同学应邀来到我们的上海行政中心,参加“职业新起点”活动,在21位玫琳凯志愿者的带领下,零距离体验了整整一天的职场生活。

不变的承诺
the same commitments



连莹春蕾小学

2009年12月,玫琳凯首席授权经销商代表连莹女士捐款20万元,在家乡湖南援建了一所春蕾小学,以此纪念自己从事玫琳凯事业满10周年。时任中国儿童少年基金会秘书长的宋立英女士向连莹女士特别授予春蕾女童雕像,以表彰她为春蕾项目作出的贡献。总裁麦予甫先生亦代表公司向连莹女士授予“感恩杯”,这也是我们第二次向销售队伍成员授予这一荣誉。

为大学生培训形象礼仪

2010年7月25日,营运省级经理常黄平女士以志愿讲师的身份,出席了在云南曲靖师范学院举行的2010阳光国际青少年交流营活动,为参加交流营的大学生提供了形象礼仪培训。

我们的荣誉

《财富》中文版与华信惠悦(Watson Wyatt)共同评为“卓越雇主——中国最适宜工作的公司”(2003-2010)

前程无忧人力资源典范企业(2009-2010)

信守对社会的承诺

我们对社会承诺,积极承担企业社会责任,不断引导玫琳凯人,并影响更多人为社会和环境做出贡献。

1.丰富的生命

我们通过“授人以渔”的方式,帮助妇女儿童获得可持续发展的能力,让他们拥有更丰富的生命。

玫琳凯妇女创业基金

2001年,我们与中国妇女发展基金会合作创办玫琳凯妇女创业基金,通过提供小额无息贷款,帮助下岗女工和贫困妇女创办个体企业,实现脱贫。截至目前,基金总额已达551万元,已累计为全国20个省份的3万名下岗女工和贫困妇女提供帮助。2008年四川地震后,我们决定从2009年到2011年,把四川地震灾区妇女作为基金主要发放对象,帮助她们通过创业,重建美好家园。



- 四川省绵竹市三彩画坊获得“玫琳凯妇女创业基金”4万元贷款的支持后,组织开展了震后农村妇女刺绣技术培训班,共培训20人。而后在孝德镇年画村进一步扩大了经营场所,增添设备,吸纳家庭生活困难的农村妇女加入,解决了农村妇女的灾后恢复生产的困难。

不变的承诺
the same commitments

- 家住四川省郫县安靖镇喜安村的沈云秀和钟祖芳,从事蜀绣行业近20年。在政府和妇联的引导下参加蜀绣培训,希望创办绣坊帮助周围的姐妹居家就业,但一直苦于没有资金,2009年姐妹俩得到了56000元的玫琳凯创业基金,创办了“蜀乡绣坊”。截至目前,已带动当地20多名妇女长期从事蜀绣加工,人均月收入超过1000元。

在玫琳凯妇女创业基金贷款的帮助下,画坊缓和了资金紧缺的状况,得到一定的周转,在培训员工的这项工作上起到了一定的作用,为生活困难的农村妇女提供了就业岗位,真诚的感谢玫琳凯公司对三彩画坊的支持。

——贾爱军,三彩画坊

我们非常感谢玫琳凯创业基金,是它雪中送炭,才让我们实现了创业,使我们感受到了从事刺绣的乐趣,尝到了蜀绣事业的甜头,体会到了人生的价值。

——沈云秀和钟祖芳,蜀乡绣坊



玫琳凯春蕾项目

2002年,我们与中国儿童少年基金会合作启动玫琳凯春蕾项目,帮助贫困地区的失学儿童重返校园,迄今已累计捐款1089万元,先后在陕西、新疆、四川、湖南、宁夏、江苏、北京、重庆、浙江等省市援建了共12所玫琳凯春蕾小学。我们还鼓励玫琳凯人通过捐款、志愿服务等方式,来切实地关爱和帮助春蕾儿童。



■ 在四川新建两所玫琳凯春蕾小学

2010年9月,我们出资200万元援建的两所全新的玫琳凯春蕾小学分别在四川省德阳广汉市金鱼镇和四川省广元市元坝区太公镇落成,超过2000名地震灾区儿童从此将在窗明几净的新教学楼中开始新的学习生活。

■ 四川玫琳凯春蕾小学教师培训

2010年8月,我们出资近30万元,与四川省妇联合作为四川两所玫琳凯春蕾小学的共102位教师分批提供包括班级管理、心理卫生、计算机技术等在内的短期培训,帮助提升他们的教学水平。

■ 春蕾看世界活动

2010年7月27日至29日,我们邀请全国各地40名品学兼优的春蕾女童欢聚上海,参加“春蕾看世界”活动,共同体验精彩纷呈的2010世博盛会,以此帮助她们从小树立远大的理想,回去后努力学习,长大为家乡发展作出贡献。

不变的承诺
the same commitments



■ 心欣卡征集活动

2010年3月,我们与搜狐网再度合作,开展了为期一个月的“玫琳凯心欣卡征集活动”,超过7.3万名网友积极参与了本次活动,为四川地震灾区儿童献上诚挚祝福。我们已精选部分网友的爱心祝福,将其张贴在四川玫琳凯春蕾小学的爱心墙上,鼓励受灾儿童努力学习。

非常感谢玫琳凯在企业社会责任方面所做出的贡献,玫琳凯如心灵雨露般给予孩子们特别的温暖,帮助他们从小塑造健全的人格。相信这些孩子们在未来必将成为祖国的栋梁!

——史秋琴,上海市妇联副主席

玫琳凯公司关注教育事业、致力于公益爱心事业的善举令所有师生肃然起敬,玫琳凯人积极乐观的工作状态为孩子们树立了榜样。感谢玫琳凯!

——高振华,陕西省凤翔县阎家村玫琳凯春蕾小学校长

玫琳凯公司的阿姨们,谢谢你们帮助我们拥有了宽敞明亮的教室,还给我们送了漂亮的小书包和学习用品,我一定会好好读书。千言万语化为一句话——感谢你们!

——李文倩,四川省德阳广汉市金鱼镇中心小学五年级(3)班

世博会真是太好玩太精彩了!远比想象中更吸引人!感谢玫琳凯公司的叔叔阿姨给我和同学们创造这么好的机会!实现我们的梦想。

——刘云芳,北京市大兴区礼贤镇玫琳凯春蕾小学

其他项目

■ 毕业生·美丽启航活动

2009年起,我们每年都会来到大学校园开展“毕业生·美丽启航”活动,通过校园宣讲会、主题活动和实习培训,帮助应届毕业生提升核心竞争力。截至目前,我们已在全国5大城市累计举办了9场校园宣讲会,参与人数达到3460人,平均上座率达到143%。此外,共有369名大学生参加了我们的主题活动,还有144名大学生获得了实习培训。



■ 玫琳凯春风助学项目

从2007年起,我们每年都通过杭州经济技术开发区慈善总会,向杭州地区的贫困优秀学生发放助学金,帮助他们更好地完成学业。截至2010年3月底,我们已累计向121名学生发放助学金达30万元。

■ 向中华健康快车基金会持续捐赠

从2006年起至今,我们已向中华健康快车基金会累计捐款达80万元,分别用于:

- 健康快车火车医院项目:帮助225名偏远贫困地区的白内障患者获得免费手术治疗,重见光明。
- 农村学校太阳能热水工程:为重庆、陕西、浙江、宁夏的4所玫琳凯春蕾小学分别援建了一座太阳能浴室,让近1800个农村孩子洗上了热水澡,极大改善了他们的卫生条件。

2. 和谐的世界

作为一家在华经营的外资企业,我们愿意成为中国与世界各国间的桥梁和使者,努力为促进中国与世界各国间的相互了解、相互合作做出贡献。



■ 支持政经交流

● 支持第四届中美关系研讨会

2009年10月21日至23日,我们参与赞助了由中国人民对外友好协会与德克萨斯农工大学、乔治·布什总统图书馆、乔治·布什政府和公共服务学院合作主办的第四届中美关系研讨会。外交部长杨洁篪出席研讨会,并在开幕式上就中美关系发表主旨演讲。来自中美两国政商学界的350位重要领导及嘉宾在研讨会上围绕“中美关系:未来30年的展望”的主题进行了深入研讨。

● 支持中美关系演讲会

2010年3月15日,我们独家赞助了由中国人民外交学会主办的“中美关系演讲会”。美国前国务卿亨利·基辛格博士在会上发表主旨演讲。来自中国政治、经济、学术、企业等各界人士,美国、欧盟、日本等驻华使节近百人出席了演讲会。

● 支持中韩妇女知名人士论坛

2010年4月26,我们独家赞助了第七届中韩妇女知名人士论坛欢迎晚宴,全国政协副主席张梅颖出席欢迎晚宴并讲话。来自中韩两国政、商、学界的数十位精英女性共同就“妇女教育的展望与国际化”及“中韩两国的妇女政策”等议题进行了深入交流。



- 接待美国德州州长

2010年6月,美国德克萨斯州州长Rick Perry、第一夫人Anita Perry、州务卿Hope Andrade率德州经济开发和旅游代表团前来上海出席世博会美国馆“向德州致敬周”活动。为了让Perry州长一行能够深入了解德州企业在中国的发展情况,我们邀请Perry州长一行来到公司参观。Perry州长在参观中表示,玫琳凯开创的事业使德州和中国的经济都获得了发展,更激励年轻的女性在她们所选择的领域追求卓越,他相信,无论是德州女性还是中国女性,都将因此受益非凡。

- 与德州企业分享在华成功经验

2010年6月16日,总裁麦予甫先生应邀出席美国德州企业研讨会,与来自德州各行各业的商业领袖一起围绕“德州企业如何在中国更好地发展”这一主题进行了深入交流,并分享了玫琳凯中国的成功经验,帮助更多德州企业在中国市场获得成功,使德州与中国的经济能够共同发展。

- 接待美国达顿商学院学生代表团

2010年3月8日,我们邀请来华访问的美国弗吉尼亚大学达顿商学院MBA学生代表团来公司参观,帮助他们更好了解美资企业在中国市场的发展现状。代表团学生感谢我们的邀请与接待,并表示此行非常有收获。

不变的承诺
the same commitments

■ 支持文化交流

2010年5月1日,举世瞩目的世博会在上海隆重开幕。为了表达对上海世博会的支持,玫琳凯中国从2009年12月起至今一直以各种方式参与世博、共享世博。

● 协助征集各地方言世博祝福

2009年12月至2010年4月,我们全程参与了由中央人民广播电台中国之声频道主办的“让世界聆听中国的声音——华夏方言征集令”活动,向全国各地志愿者广泛征集用方言录制的世博祝福。活动期间,玫琳凯志愿者不仅向主办方发来100余条用各地方言录制的世博祝福,还积极参与了主办方在成都、杭州、广州、上海、北京等五大城市举行的现场方言征集活动,协助主办方宣传活动意义,现场录制方言祝福。最终,主办方共收集各地方言录制的世博祝福达1000余条。这些祝福不仅在中央人民广播电台中国之声频道滚动播出,让全国人民共同感受到世博的浓厚氛围;还在世博园区中播出,让前来参观的各国友人感受到中国方言文化的独特魅力。

● 赞助世博会活动德克萨斯时装周表演

2010年6月14日,我们参与赞助了由美国德州旅游局等机构主办的世博会“向德州致敬周”活动之德克萨斯时装周表演,为中国消费者带来包括Lela Rose、Oscar de la Renta和CH Carolina Herrera在内的多个高档品牌的最新设计,通过时装这一美丽的载体让中国消费者体会到德州与中国的共通之处。德州第一夫人Anita Perry女士与150位嘉宾共同欣赏了本次表演,并盛赞玫琳凯是“一家优秀的企业,不仅在德克萨斯树立了美的风向标,同时也用美引领了全世界”。



- 赞助世博会杭州城市日活动

2010年6月6日,我们作为指定礼品赞助商,为世博会杭州城市日活动提供了赞助。本次活动吸引了海内外众多游客的观赏。作为一家在杭州注册、建厂的企业,我们希望更多人能够通过这一活动了解到杭州丰富的历史文化遗产、“五水共导”的城市生活品质以及充满活力的发展前景,从而爱上杭州、走入杭州。

- 学术交流

- 持续支持中华医学会全国皮肤性病学术年会

从2006年起至今,我们已连续5年参与赞助中华医学会全国皮肤性病学术年会,曾邀请包括美国宾夕法尼亚州大学皮肤科教授James Leyden博士和国际皮肤科权威期刊JID杂志主编Paul Bergstresser博士等在内的多位美国专家来华出席年会,与中国专家开展学术交流。

- 出席皮肤营养与健康护理产业国际高峰论坛

2010年5月28日,玫琳凯全球首席科学官Beth Lange博士应中国国家发改委宏观院公众营养与发展中心邀请,专程来华出席了在北京举行的首届皮肤营养与健康护理产业国际高峰论坛,并发表了题为《尖端科技与护肤需求的完美结合》的主题演讲,与来自国际、国内皮肤科学领域权威机构的众多顶尖专家一起,就护肤领域的尖端科技进行了深入交流。



2. 绿色的地球

Mary Kay Ash

我强烈感到,我们必须尽我们所能来保护我们的地球,否则我们的子孙后代将无处居住。我想强调一点,玫琳凯公司是环保方面的领先者,因为我们已强烈认识到,环保是一件正确的事情。

——玫琳凯·艾施

我们认识到,我们今天的行为将对人类未来的生活质量产生深远的影响,为此,我们不断寻求更可持续及更绿色的方案,来保护地球家园。



绿色生产

我们的亚太生产中心已通过ISO14001:2004环境管理体系认证,并建有一座日处理能力达150吨的废水处理站,处理后的废水远远优于国家要求的三级排放标准,甚至可以用来养鱼。我们还鼓励一线员工开展各种持续改进项目,不断节省水、电等资源的消耗。

绿色包装

玫琳凯产品外包装采用环保性能卓越的OPS材料和PEVA材料,无毒无味,即使焚烧也不会产生有害气体,因此不会产生任何污染。此外,玫琳凯还在确保产品质量及外观的前提下,不断设法减轻包装材料的重量,以尽量减少运输过程中的能源消耗。

■ 绿色办公

2010年10月,我们将原来使用的各个品牌的打印机、复印机、扫描机和传真机集中更新为统一品牌的四效一体机,该项目预计每年可节水、节电42%,减少碳排放38%,节约用纸37%。

■ 绿色公益

● “Love·自然·Kiss”环保计划

2008年,我们正式启动“Love·自然·Kiss”环保计划,通过向销售队伍、消费者及公众推广精心设计的环保袋,减少白色塑料袋的使用,同时将推广环保袋的收入用于植树造林。截至目前,我们已通过该计划累计筹款42万元,减少白色塑料袋使用超过700万个。

● 玫好家园绿色行动

2009年起,我们持续开展“玫好家园绿色行动”,将在“Love·自然·Kiss”环保计划中推广环保袋的收入全部用于在宁夏干旱地区植树造林,迄今已累计植树超过7.4万株,绿化总面积达到620亩。

为了提升树木的存活率,我们将种植地点选在当地村民的房前屋后,项目所选树种则均为苹果、枣树等具有一定经济价值的果树,不仅能美化村民的居住环境,还能为他们带来经济收益,因此能够有效提升村民造绿、护绿的积极性。



不变的承诺
the same commitments

- “地球一小时”活动

2010年3月27日晚8时30分,我们连续第二年参与了由世界自然基金会(WWF)发起的“地球一小时”活动,准时关闭了上海行政中心四层办公楼面的所有工作与景观照明、杭州亚太生产中心除正常生产外的所有工作与景观照明,以及全国所有分公司的室内及室外照明。此外,我们还将位于上海、广州、成都等十余个主要城市的户外广告照明悉数关闭。与此同时,全国各地的玫琳凯员工和销售队伍亦响应公司号召,准时关闭了住所及工作室的照明。



- 世博公益清洁活动

2010年6月26日和27日,为了积极响应“美化环境,爱护设施,让世博更精彩”宣传周活动的号召,上海及杭州地区的员工、员工家人共100余人分别来到上海南汇嘴观海公园北外侧大堤和杭州西湖风景区开展公益清洁活动,清除海洋及景区垃圾,为世博会创造良好的外围生态环境。



- “我的绿色我来晒”环保照片征集大赛

2010年6月5日,我们与搜狐网共同发起“我的绿色我来晒”环保照片有奖征集大赛,号召网友选择“低碳减排,绿色生活”。在历时一个月的活动期间,共有5000余位网友参与活动,上传了一万余张环保照片;更有近90万名网友通过网络投票参与照片评选。

4. 灾难救助

南方雪灾、汶川地震、玉树地震……近年来,特大自然灾难一次又一次降临在中国大地,无数同胞在灾难中失去家园、失去亲人,甚至失去生命。

但我们始终相信,天灾无情人有情,大灾之后有大爱。过去的每一场灾难之后,我们都会看到玫琳凯人为帮助灾区同胞而付出他们的爱与力量。截至目前,我们已和员工、销售队伍一起捐款捐物近2000万元用于各项灾难救助。



■ 汶川地震

2010年,我们继续信守对四川地震灾区承诺,在2008年捐款672万、2009年捐款500万元的基础上,向四川再次捐款500万元,分别用于创建玫琳凯四川妇女创业和再就业培训中心、援建春蕾小学、向受灾群众赠送爱心药箱、灭蚊机等急需物资,以及在灾区植树造林等。2011年,我们将向四川灾区再捐500万元,持续帮助灾后重建。

■ 玉树地震

2010年4月玉树地震后,我们向玉树灾区累计捐款150万元,其中50万元通过中国妇女发展基金会为灾区同胞采购救灾物资,另外100万元通过中国儿童少年基金会为2000名受灾儿童提供了每人500元的补助,来为他们的灾后生活提供帮助。

我们的荣誉

2009年11月,被上海美国商会授予“企业社会责任入围奖”。

2010年4月,被杭州经济技术开发区授予“2009年度生态建设与环境保护工作先进单位”。

2010年7月,被《天府早报》评为“责任企业”。

2010年7月,高级对外事务总监张晶女士受到全国人大常委会副委员长、全国妇联主席、中国儿童少年基金会理事长陈至立的亲切会见。陈至立对玫琳凯中国长期以来对儿童慈善事业的支持和善举给予高度评价,并代表儿基会向玫琳凯中国赠送春蕾女童雕塑表示感谢。



未来 the 的 future 展望

15年对我们来说既是一个里程碑,也是一个新起点。

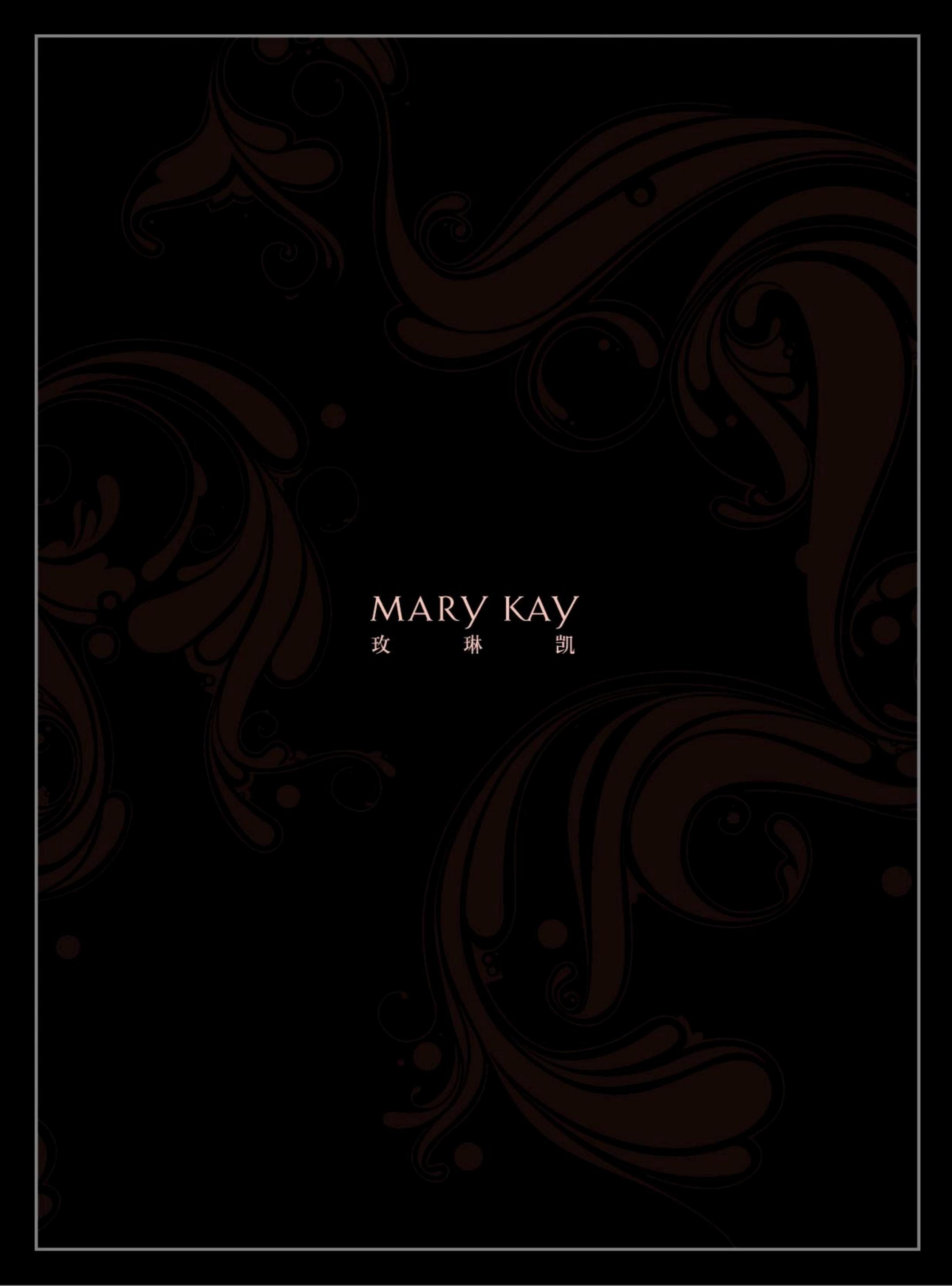
我们将继续信守对玫琳凯女士、对消费者、对玫琳凯人及对社会的不变承诺,

用“美丽到家”服务帮助我们的员工、销售队伍、

消费者以及公益事业对象拥有一个“玫好家园”。

我们相信,我们能够做到!





MARY KAY
玫 琳 凯