



2021 可持續發展報告

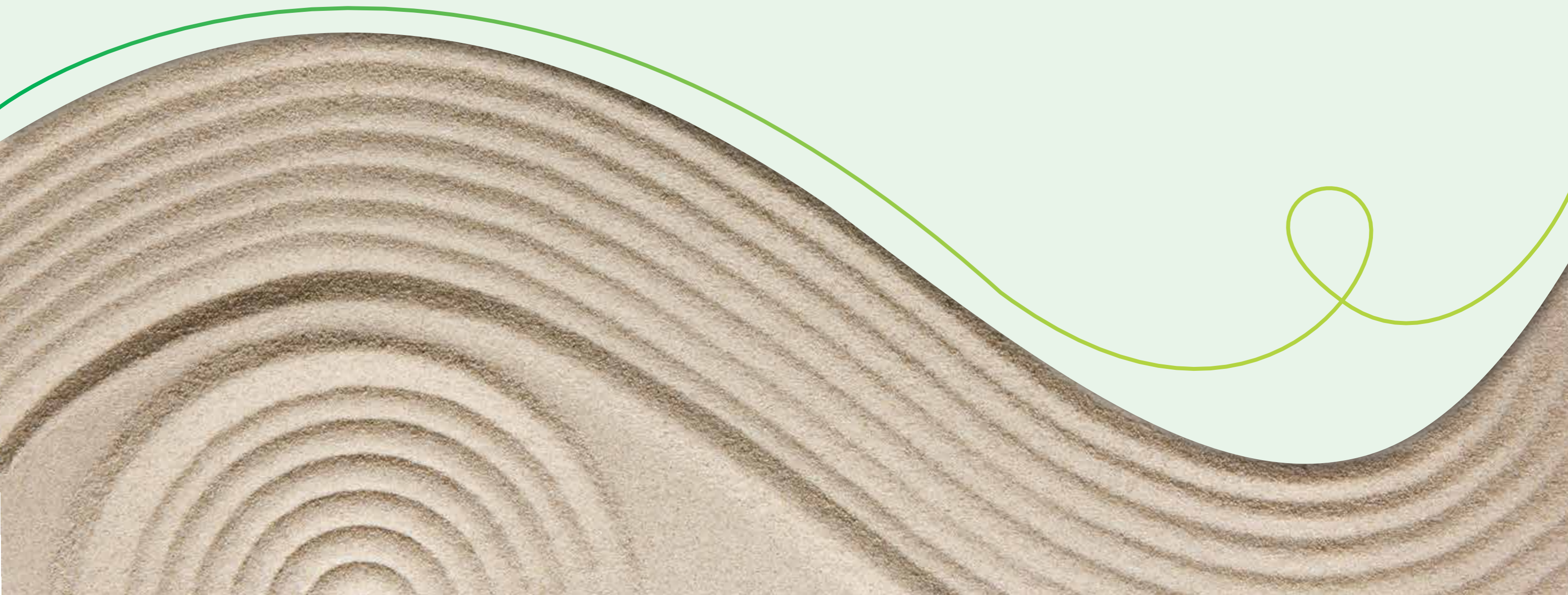
Health and Happiness (H&H) International Holdings Limited
健合(H&H)國際控股有限公司

(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)

FOR THE LOVE OF GENERATIONS TO COME

健合
代表健康快樂
以人為本
致力讓人們更健康更快樂



關於本報告

本可持續發展報告由健合 (H&H) 國際控股有限公司 (「本公司」, 連同其附屬公司統稱「本集團」) 編制, 該公司在開曼群島註冊成立, 並負有有限責任。集團總部位於中國香港特別行政區, 並在英國倫敦設有第二總部。2010年在香港聯合交易所上市。

報告內容和週期

本報告全面概括了集團在環境、社會和管治方面與利益相關方有關的願景、戰略方向和業績。

本報告的內容涵蓋健合集團在全球的業務, 包括旗下品牌: Biostime合生元、Swisse斯維詩、Zesty Paws、Solid Gold素力高、Dodie杜迪、Good Goût、Aurelia London和CBII, 且包含相關製造、倉儲和配送中心以及公司辦公室。務請注意, 我們於二零二一年十月收購的Zesty Paws, 由於該新品牌整合到集團的時間線, 其綜合資料及數據未包括在本報告內。然而, 我們已於本報告內載入若干有關Zesty Paws的提述。本報告所涵蓋的健合營運實體載於附錄1。

本報告呈列二零二一年曆年 (即二零二一年一月一日至十二月三十一日) 的數據。報告架構配合我們對可持續發展重要事項的評估結果, 在二零二一年曆年與內、外部利益相關方的溝通後, 並由董事會進行核實。該流程確定了23個對我們利益相關方最為重要的議題, 這些議題在報告中稱為「重要議題」。

報告內容則根據我們針對四大可持續發展影響的領域呈現我們在價值鏈中的表現: 「提升健康意識」、「減少環境足跡」、「支持社會公平發展」以及「完善企業管治」。

有關集團財務表現的詳情, 請參見我們的《二零二一年年報》, 該報告於二零二二年三月二十五日與本報告同時發佈。

報告週期和最新報告

自二零一六年起, 健合集團每年呈報可持續發展表現。這是我們第六份集團層面的報告。如欲閱讀我們過往的可持續發展報告, 可瀏覽 hh.global/EsgSustainabilityReporting

報告準則和外部標準

本報告符合全球報告倡議組織 (Global Reporting Initiative, GRI) 標準「核心方案」及香港聯合交易所 (聯交所) 《主板上市規則》附錄二十七《環境、社會及管治報告指引》(「指引」) 進行編製。

有關本報告所載內容對應GRI披露標準的完整列表, 請參見附錄載列的披露指標。GRI尚未核實本報告的內容, 亦不對本文呈報信息的可靠性表明立場。有關GRI的進一步資料, 請瀏覽 www.globalreporting.org。

健合集團針對重要性評估、利益相關方參與、報告內容及格式徵詢了外部專業顧問的意見。

中國節能皓信 (香港) 諮詢有限公司依據AA1000審驗標準v3 (2020) 對本報告進行核驗, 並出具核驗聲明 (在此參見核驗聲明)。鑒證過程增強了我們對報告的信心, 並開發靈活但嚴謹的報告流程。我們希望外部核驗可令報告的披露更具公信力和信心。

關於本報告	04
主席及行政總裁致辭	06
可持續發展管治	08
歡迎來到健合集團	10
集團員工	12
全球業務範圍	13
我們的品牌	14
業務單元	14
業務戰略與願景	16
產業發展	20
我們的關注重點	22
健合的可持續發展	24
遵循聯合國全球契約十大原則和可持續發展目標 (SDGs)	28
可持續發展承諾	30
健合可持續發展影響領域	32
提升健康意識	34
減少環境足跡	46
支持公平發展	56
完善企業管治	70
我們的價值鏈	76
創新	78
研究與開發	84
質量管理	88
原材料採購	94
加工製造	106
包裝	110
分銷	114
營銷	116
附錄	124
附錄1 — 健合集團營運實體	126
附錄2 — 方法	127
附錄3 — 有關員工的進一步資料	129
附錄4 — 重要議題	130
附錄5 — 監管標準	132
附錄6 — 披露索引	134
附錄7 — 重述聲明	142
附錄8 — 核實聲明	143

聯絡我們

我們歡迎 閣下與我們討論本報告內容, 以及分享集團如何將健康與快樂的理念與可持續業務實踐相結合。歡迎聯絡集團可持續發展團隊負責人:

Pascale Laborde
105 rue Anatole France
92300 Levallois-Perret

電子郵件:
pascale.laborde@hh.global

主席致辭

因全球新冠肺炎疫情所實施的限制，令個人以及社區及商界等全體人士更加了解人類健康、社交及幸福的重要性。此有力證明了該等價值觀如何與生活品質及社會目標緊密相連。

作為一間以傳遞「健康與快樂」為使命的公司，我們對為人類及地球健康帶來積極成果而深感自豪。

儘管二零二一年亦充滿動蕩及重重挑戰，惟我們於全球各地的團隊成員展現出無比的韌性及應變能力，同時仍專注於可持續發展目標及實踐，為之不懈努力。

健合集團將可持續發展融入戰略及營運的各個環節，並由董事會對可持續發展管治負最終責任。於二零二一年，我們加強對集團可持續發展戰略的參與及監督力度，參與審查及確認集團的重要性評估，其中列明可持續發展目標的進展情況。每次召開董事會會議時，我們均投入時間討論可持續發展表現及管治，監督我們的進展。我們亦以董事會身份開展ESG培訓，進一步增加及提升履行職責的知識及能力。

我們對集團於二零二一年取得的整體進步深感欣慰，包括朝著於二零二五年底成為共益企業的目標而邁進。

本人謹代表董事會，藉此機會就我們的團隊、供應商、零售商及投資者在健合可持續發展之旅的合作致以衷心感謝。

我們冀望於二零二二年審閱及未來的合作取得更多富有意義的進步。



羅飛
主席



行政總裁致辭

過去一年，我們注意到利益相關方，尤其是團隊成員及消費者，對公司及品牌目標的期望日益殷切。制定明確的目標對吸引、招聘及留住人才愈發重要，而「有意識」及「目標驅動」的消費者對環境及倫理議題的公眾意識提升，該等消費者根據可持續發展認證挑選那些符合其個人原則的品牌。

健合的使命是讓人們更健康更快樂，這種以目標為先的使命如今更具意義。隨著我們朝著令全體利益相關方、社會及地球獲益的共享價值觀邁進，我們深知，我們需繼續在業務各方面取得進步。

通過同心協力結成一個偉大的團隊，集團得以在多個方面取得積極進展，我們對於本報告分享部分突出成果而深感欣慰。

確保重要議題與時並進

我們持續審查及更新優先可持續發展議題，並考慮內部及外部利益相關者觀點以及專家分析，從而確保重大議題與對應戰略及承諾相互呼應。

本集團的四個核心可持續發展影響領域仍然是「提升健康意識」、「減少環境足跡」、「支持社會公平發展」以及「完善企業管治」，管治應涵蓋所有領域。

作為二零二一年審查的一環，我們並無於重大議題清單中加入新議題，亦無對界限作出變動。我們已識別三個需要進一步關注的議題，包括：動物福利；在氣候變化及第26屆聯合國氣候變化大會的全球背景下溫室氣體排放及能源；及勞工權益和現代奴隸制。

二零二一年成就及亮點

於二零二一年，我們就ESG表現榮獲摩根士丹利資本國際公司(MSCI) ESG評級「A」及香港品質保證局的評級「A」。

隨著我們於二零二一年十月在美國完成收購寵物營養及補充品品牌Zesty Paws、集團進軍泰國及馬來西亞等新市場以及開拓重要的產品創新，業務的複雜度越來越高。我們深知對於佈局全球供應鏈，注重對人們及地球而言，可持續發展的影響更加重要。

於整個年度，我們努力在各職能領域實現顯著進步，現在我們誠邀閣下細閱本報告有關章節，以總覽該等成就。

舉例而言，部分亮點包括推出含有卡卡杜李這種澳大利亞本土成分的Swisse Earth系列營養補充劑，以及Swisse斯維詩通過與幫助本地原住民社區的非盈利機構合作，支援本地原住民群體專業發展、經濟獨立及表現。此共享價值合作亦旨在改善土壤健康、降低負面環境影響、增加產出及提升對本地植物群落的瞭解及知識。

我們採用新的“5R”包裝框架，以減少、更新、回收、循環利用及再生的可持續常規為首要原則，現已應用至將於二零二二年進一步推出的新產品開發流程。

通過H&H公益基金，我們不斷向本地社區宣傳健康生活方式並為其提供教育及支持，尤其關注健合的健康支柱，即營養、運動及正念。於二零二一年，社區投資總金額達2.267百萬美元，較去年增加56.2%。整個年度，我們已捐獻價值490,000美元的實物產品及其他物資，且全球各地的團隊成員投入7,642小時在其本地社區參加義工活動，我們對此深表欣慰。

合生元中國母嬰救助基金與中國紅十字會合作運營踏入第14個年頭，我們不斷促進人們瞭解那些養育子女同時面臨財務困境的母親及家庭，並對此類群體給予支持。

我們繼續努力以成為首選僱主為目標，並為團隊改善工作環境，使其獲得更安全、有意義及薪酬合理的工作。

朝於二零二五年底成為共益企業的目標邁進

為引領我們實現更廣闊的可持續發展目標，我們致力於在二零二五年底前實現集團層面的共益企業認證。

共益企業為經非盈利機構共益實驗室(B Lab)正式核證的企業，共益實驗室評估公司如何商業向善。此外，認證為共益企業的公司一直運用業務影響力，造福全人類、社區及地球。

於二零二一年，我們在向共益企業認證邁進路上取得重大進展，評估包括七個階段流程。迄今，我們已完成「發現」、「預篩選」及「範圍界定」階段，為我們於二零二二年進一步進行健全實體評估提供清晰的指引。

氣候行動的最新前沿

近年來，淨零一直被許多政府及企業承諾所提及，我們深知，健合減少溫室氣體的承諾及行動對我們及利益相關方而言均為重要的議題。

自二零一七年起，我們一直評估我們的碳足跡，自覺努力減少和抵銷排放。我們認識到，集團需要在此方面更進一步，全力支持全球經濟低碳轉型。



LAETITIA GARNIER
行政總裁



可持續發展管治

董事會

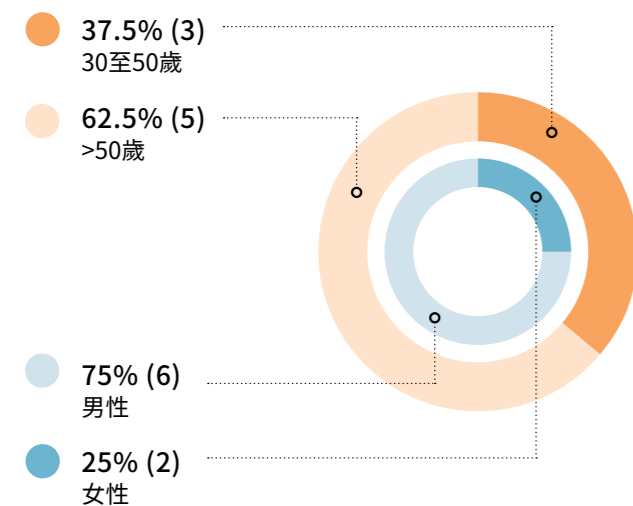
董事會對可持續發展管治負有最終責任。

於二零二一年，我們：

- ✓ 保持跟董事會進行月度可持續發展匯報
- ✓ 加強董事會在重要性評估和議題審定方面的參與度
- ✓ 加強董事會對可持續發展戰略的監督
- ✓ 外部提供方開展ESG培訓
- ✓ 在所有董事會會議上安排時間討論可持續發展表現及管治
- ✓ 確保全體董事會成員填寫年度利益衝突問卷調查。

董事會下設三個委員會，即審計委員會、提名委員會及薪酬委員會。該等委員會由過半數獨立非執行董事組成。有關董事職責及責任的更多詳情，請參閱健合集團二零二一年年度報告及／或我們的網站投資者關係一節。

按年齡組別及性別劃分的董事會成員



執行董事



羅飛
執行董事
主席
(M) (CN)



Laetitia Garnier
執行董事
行政總裁
(F) (FR)



王亦東
執行董事兼首席財務官
(M) (CN)

非執行董事



張文會
非執行董事
(M) (US)



羅雲
非執行董事
(M) (CN)

獨立非執行董事



陳偉成
獨立非執行董事
(M) (MY)



駱劉燕清
獨立非執行董事
(F) (UK)



王燦
獨立非執行董事
(M) (CN)

*F = 女性, M = 男性

高級管理層

高級管理層*管理業務表現，確保符合財務、環境、社會及管治目標及目的。

- ✓ 全體高級管理層成員在年初均制定了具體的可持續發展關鍵績效指標 (KPI)，並納入其獎勵計劃，佔其年終花紅20%。
- ✓ 每名高級管理層成員亦定期與可持續發展團隊召開會議，監督全年作出的進步
- ✓ 每名高級管理層成員通過文章、意見書、媒體訪問及／或於會議上作報告等方式闡述集團的可持續發展立場及與外部聽眾接洽。

可持續發展團隊

可持續發展團隊制定可持續發展戰略、與相關職能領域開展合作並將其轉化成切實的行動計劃，以及監測有關進展及表現。

於二零二一年，我們：

- ✓ 更新重要性評估
- ✓ 識別集團內部的共享價值機遇
- ✓ 在四個地區使用共益影響力測評進行了至少一次自評，藉此依循我們的明確行動計劃，爭取於二零二五年前實現共益企業認證
- ✓ 於二零二一年七月，我們為法國實體提交共益影響力測評。

所有團隊

所有團隊成員均有責任思考如何為我們的可持續發展歷程和影響領域出謀獻策。

於二零二一年，我們：

- ✓ 有超過130位可持續發展倡導者遍佈我們的全球業務，與其區域內的同事進行積極互動往來
- ✓ 舉辦了首屆關於可持續包裝的全球可持續發展專題討論會，確定全球性的宏偉路線圖來重新思考我們的包裝設計流程。我們的新5R框架（減少、更新、回收、重用、再生）已於該討論會進行討論，並已與當地團隊分享
- ✓ 鼓勵整個全球團隊參與H&H的「全球社區日」及「健康週」
- ✓ 通過我們的「質量週」宣傳活動，關注可持續發展，為客戶、公司及地球締造三方共贏。

自二零二二年起，全體350多位高級經理將於年初制定了可持續發展關鍵績效目標，並將其納入彼等的目標及績效審閱。

*要查看該團隊組成，請參閱2021年健合集團年度報告中的“董事和高級管理層介紹”部分。

歡迎來到健合集團

FOR THE LOVE OF HUMANS

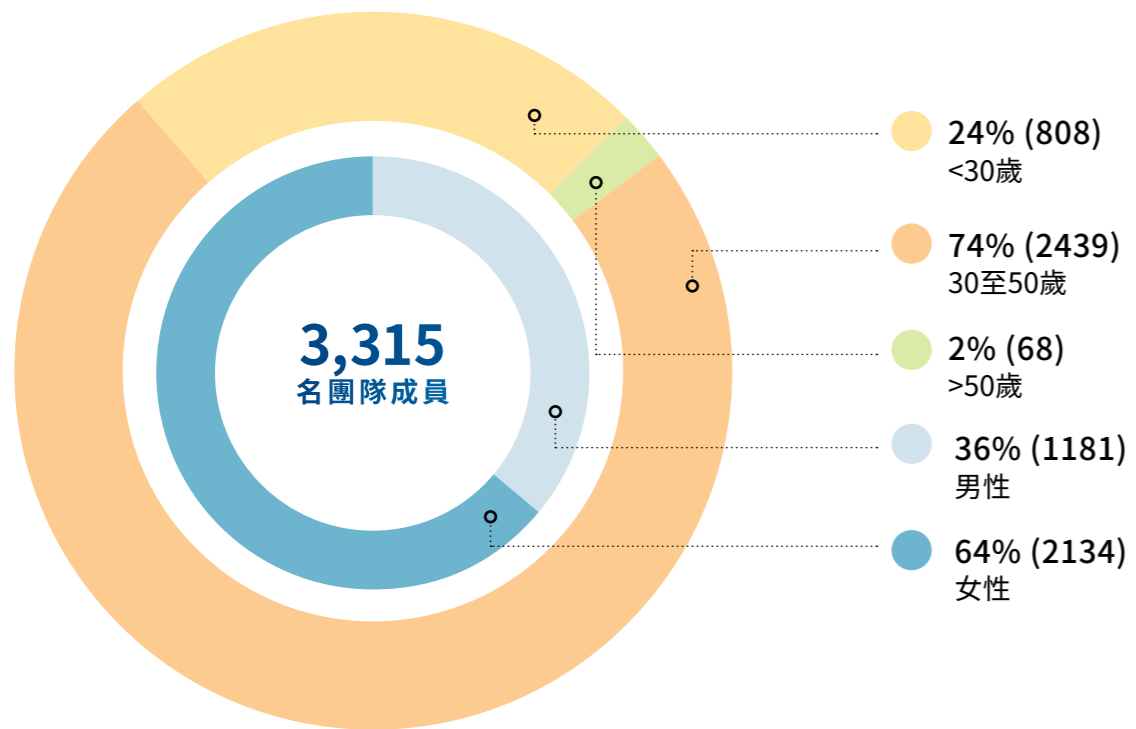
01

健合集團概覽

健合集團在全球提供高端全家庭營養及護理產品。我們的團隊具有活力，充滿勇氣，懷著雄心，致力實現讓人們更健康更快樂的使命，同時為社會及地球作出積極貢獻。集團擁有三個業務單元—嬰幼兒營養及護理用品、成人營養及護理用品以及寵物營養及護理用品—通過高端消費者品牌提供經科學驗證有效的營養及健康解決方案，支持全家健康與快樂。

集團員工

團隊成員性別比例及年齡分佈



有關團隊成員的進一步資料，請參閱附錄3。

收益贡献

全球收益總額：**人民幣11,547.8百萬元**

中國大陸
人民幣9,084.6百萬元

澳大利亞及新西蘭
人民幣1,307.4百萬元

其他地區
人民幣1,155.8百萬元

全球業務範圍

健合集團的全球總部位於中國香港特別行政區，我們的團隊成員遍布15個國家及地區—澳大利亞、新西蘭、中國、新加坡、印度、泰國、馬來西亞、印尼、瑞士、法國、意大利、荷蘭、愛爾蘭、英國和美國。

我們將於二零二二年第一季度在倫敦設立第二個總部。這將：

- 為我們的業務發展及全球化戰略提供支持
- 通過位於中心時區，使有關行政人員及團隊成員能夠在同一天的工作時間內與位於亞太、北美及歐洲／英國的同事進行交流，從而加快我們的計劃
- 有利於我們與歐洲供應鏈合作夥伴的關係。

健合於香港的佈局將無變動。

中國大陸	84 個營運場所	佔團隊成員總數81.4%
澳大利亞及新西蘭	4 個營運場所	佔團隊成員總數8.1%
歐洲及英國	9 個營運場所	佔團隊成員總數7.4%
亞洲（中國大陸除外）	5 個營運場所	佔團隊成員總數2.2%
北美	3 個營運場所	佔團隊成員總數0.8%



*We use headcount as the measurement. Data is as at 31 December 2021.

我們的品牌

集團旗下擁有八個高端品牌，Biostime合生元、Swisse斯維詩、Zesty Paws、Solid Gold素力高、Dodie杜迪、Good Goût、Aurelia London和CBII，提供經科學驗證有效的營養及健康解決方案。

業務單元

我們將品牌分為三個主要業務單元—嬰幼兒營養及護理用品、成人營養及護理用品以及寵物營養及護理用品。

130,063,166

已售產品單位總數

嬰幼兒營養 及護理用品

人民幣6,612.2百萬元

收入貢獻

Biostime

兒童益生菌、益生元、營養補充劑
及嬰幼兒配方奶粉及護膚品



dodie

嬰兒奶瓶、紙尿褲、
用品及護膚品



GOOD GOÛT

有機嬰幼兒食品



成人營養 及護理用品

人民幣4,209.2百萬元

收入貢獻

Swisse

維生素、營養補充劑、
功能食品及護膚品



AURELIA
LONDON

生物有機護膚品及營養補充劑



cbii

CBD營養補充劑及護膚品



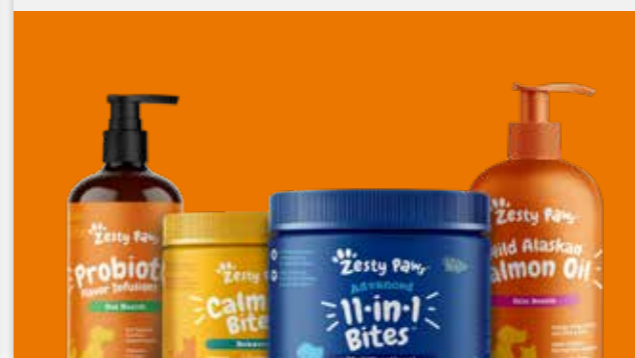
寵物營養 及護理用品

人民幣726.4百萬元*

收入貢獻

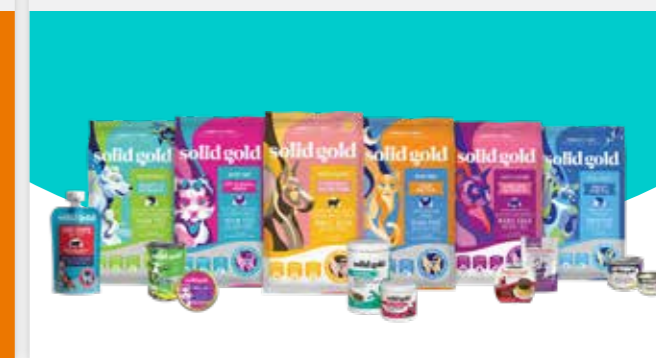
Zesty Paws

貓狗營養及補充劑



solid gold

貓狗營養



*Zesty Paws收入計算日期是由2021年10月4日至2021年12月31日截止。

*請注意，部分市場禁止銷售CBD產品。我們並無於禁止銷售CBD的任何市場銷售CBD產品。

業務戰略與願景

集團的戰略立足於我們為包括股東在內的所有利益相關方創造長期價值的願望。

聚焦消費者，是「自外至內」的戰略方法，能讓公司拓展業務時，做出經過充分考慮的決策。

健合主要的增長貢獻來自現有市場的自然增長，並通過戰略性併購和夥伴合作關係擴展到新市場和新產品類別。集團將繼續利用嬰幼兒、成人營養與護理業務所產生的協同效應，持續佈局高端寵物營養及護理領域的相關業務，開發具有針對性的產品，通過技術創新，為消費者提供個性化的產品，以更好覆蓋全家庭營養與健康。

無論是面對挑戰還是把握機遇，我們始終將集團定位為使命驅動、可持續發展的公司，致力於為未來投資並創造一個盈利增長的平台。

我們也堅信，可持續發展對集團而言是必要元素而非可選項。共享價值在嬰幼兒營養及護理業務單元、成人營養及護理業務單元和寵物營養及護理業務單元的全球戰略中扮演著越來越重要的角色。

我們制定了未來三年的穩健發展計劃以帶領健合集團保持快速增長，即實現可持續盈利增長並不斷擴大主要產品類別的市場份額。



創造差異化的優質產品及令人嚮往的品牌，
成為全球高端營養及健康產業的領導者



核心增長點	全球化及多元化	未來戰略投資佈局
<p>明確主要市場的核心品牌</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Biostime 合生元中國大陸市場 ✓ Swisse 斯維詩 中國大陸市場 ✓ Swisse 斯維詩 澳新市場 ✓ Solid Gold 素力高 中國大陸及美國市場 ✓ Zesty Paws 美國市場 	<p>通過核心品牌和具備快速增長潛力的新品類拓展新市場</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Zesty Paws及Solid Gold 素力高 全球化 ✓ Swisse 斯維詩 全球化 ✓ Biostime 合生元 全球化 ✓ 其他子品類 (嬰幼兒食品、嬰幼護理、皮膚護理) 	<p>佈局具有更長遠視野的新商業模式</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 數字化 (包括DTC商業模式) ✓ 可持續創新 ✓ 突破性創新，包括 NewH² 創新基金及定制化服務

持續的盈利增長 + 做出正確的選擇 + 以消費者為中心 + 以可持續發展驅動成功 + 有效的資本管理



共享價值模式

作為實現願景的動力，集團的戰略旨在實現長期業務增長，令利益相關方、社區及環境獲益。我們的業務成功與社會需求以及人類、寵物及地球的健康與快樂息息相關。為此，我們繼續朝著共享價值模式發展。

集團的NewH²創新基金(通常以持有少數股權的形式)投資於在健康與保健領域發展創新品牌、產品及技術的創新企業。該基金於二零一八年啟動,初始資金為6千萬美元,專注於健康及護理領域致力於創新及超越行業增長的獨特和差異化業務。

主要投資領域包括嬰幼兒配方奶粉、嬰幼兒護理、益生菌、護膚、維生素及營養補充劑、生活方式營養、個性化營養、女性/孕期營養和數字技術。

影響力投資為我們團隊的首選,我們積極尋求機會,以為人類和地球做出積極貢獻。

在二零二一年,我們向全球最具個性化的護膚公司 Proven Skincare追加投資8百萬美元。作為投資的一部分,我們與Proven Skincare訂立合作及授權協議,以為我們的寵物營養及護理用品業務單元開發基於人工智能的定制化解決方案。該投資將使Proven Skincare能夠進一步創新其專有的人工智能技術,並將其成功擴大至新產品類型、類別、渠道和市場方面。

另外,二零二一年,在我們的澳大利亞團隊支持下,Metaflow (NewH²於二零一九年投資的公司)在澳大利亞的零售渠道推出其手持新陳代謝跟蹤設備 Lumen。



產業發展

我們參與不同的協會並成為會員，這些協會或與健合擁有共同的價值觀，或要求認證，或可與健合進行科學、創新、運營或其他更廣泛的倡議方面的合作。集團肩負著作為跨國企業的責任，致力改善我們運營所在地的社會和經濟環境。



我們的關注重點



FOR THE LOVE OF PEOPLE AND THE PLANET

02

健合的可持續發展

對於世界公民、經濟體及供應鏈以及環境狀況來說，二零二一年又是動盪、不確定、複雜及不明朗的一年。在健合，我們樂見戰略合作夥伴及消費者等利益相關方繼續與我們攜手積極參與可持續發展。

環境、社會及管治 (ESG) 評級

健合定期接受ESG評級機構的評估。於二零二一年，我們的ESG表現獲摩根士丹利資本國際 (MSCI) 指數ESG評級的「A」級認可及香港品質保證局的「A」級認可。



免責聲明：

健合 (H&H) 國際控股有限公司使用MSCI ESG Research LLC及其聯屬體 (「MSCI」) 任何數據，以及使用MSCI標誌、商標、服務商標或本文所用指數名稱均不構成MSCI對健合 (H&H) 國際控股有限公司的贊助、背書、推薦或推廣。MSCI的服務和數據為MSCI或其資料提供者的財產按「現狀」提供，且不提供擔保。MSCI的名稱及標誌為MSCI的商標或服務商標。

確保重要議題與時並進

集團與我們的利益相關方進行定期、開放和透明的溝通對推進集團可持續發展和進步至關重要。

我們至少每兩年進行一次正式、全面的重要議題分析，針對該等議題，我們於日常活動中堅持進行檢討，並與內外利益相關方定期接觸。我們利用重要議題分析識別優先級可持續發展議題，並確保承諾及戰略互相配合，亦使我們能夠識別可持續發展的挑戰和機遇。

我們最近期的正式重要議題分析於二零二零年進行。在對內外部利益相關方進行面談及獲得意見後，我們於二零二一年對重要議題進行了分析，以識別須予納入的新出現或湧現的議題。

健合在二零二五年之前獲得B CORP共益企業認證

BCORP認證的進程

在二零二零年，我們開始了B Corp (共益企業) 跨公司認證過程，整個過程共七個階段。截至目前，我們已完成「識別」、「預評審」及「範圍界定」階段，為我們提供了實體評估及認證的清晰藍圖。

我們已經完成了在主要地區的共益影響力評估 (BIA)，並已開始在目標市場實施提升計劃。於二零二二年，我們的澳大利亞及新西蘭實體分支架構將率先提出認證申請。因此，我們有望在二零二五年之前實現整個集團的共益企業認證。

為何要成為B CORP?

經認證共益企業由業界領先企業組成，促進大眾以商業作為正向力量的全球風潮。就健合而言，作為B Corp (共益企業) 的一員，獲得認證是我們的可持續發展戰略的重要一環。我們於二零二零年向內外部利益相關方提出我們要成為B Corp (共益企業) 的決心。我們認為，此乃作為一間企業必須採取的行動，以確保其業務在盈利之外，亦通過認證自願達到透明度、問責性及績效方面的更高標準，為社會及環境帶來價值和意義。

我們的重要議題制定步驟

2020

1. 識別議題

- **內部訪談：**與健合集團不同品牌、職能部門和區域的9大關鍵內部利益相關方進行訪談。
- **文檔分析：**企業風險分析報告、之前的重要議題分析、集團政策與相關標準。
- **同行分析：**與6個跨國上市同行進行基準分析。
- **媒體報道回顧：**分析對健合集團、集團品牌和相應行業的新聞報道。
- **外部分析：**基於利益相關方提出的關鍵議題 (客戶、投資者、供應商和行業協會)。
- **合規分析：**應香港聯合交易所要求進行核查。

產出：共識別出46個議題

2. 議題優先級排序

- **優先級標準和權重：**回顧現有優先級。
- **特定品牌的優先級：**核查品牌和特定市場的優先級。
- **議題邊界：**了解業務可控制的影響。
- **ESG投資者基準分析：**明晟指數 (MSCI)，道瓊斯可持續發展指數 (DJSI)，可持續發展會計準則委員會 (SASB) 和氣候變化相關財務信息披露 (TCFD) 評估框架分析與整合。
- **戰略聯盟：**參考健合集團的四個可持續發展影響領域。
- **定義：**明確議題範圍。
- **研究貢獻：**可持續發展聯盟以研究為基礎的獨立論文和行業熱點分析，幫助識別價值鏈的不同階段的最重要議題。
- **影響指標：**全球報告倡議框架 (GRI)，聯合國可持續發展目標 (SDG) 行業矩陣和世界衛生組織《國際母乳替代品銷售守則》。

3. 議題確認

- **內部會議：**於二零二零年七月由董事會牽頭的議題確認會
- **審定：**董事會與高管團隊確認議題作為管理的優先級，並為此調整了集團的戰略。

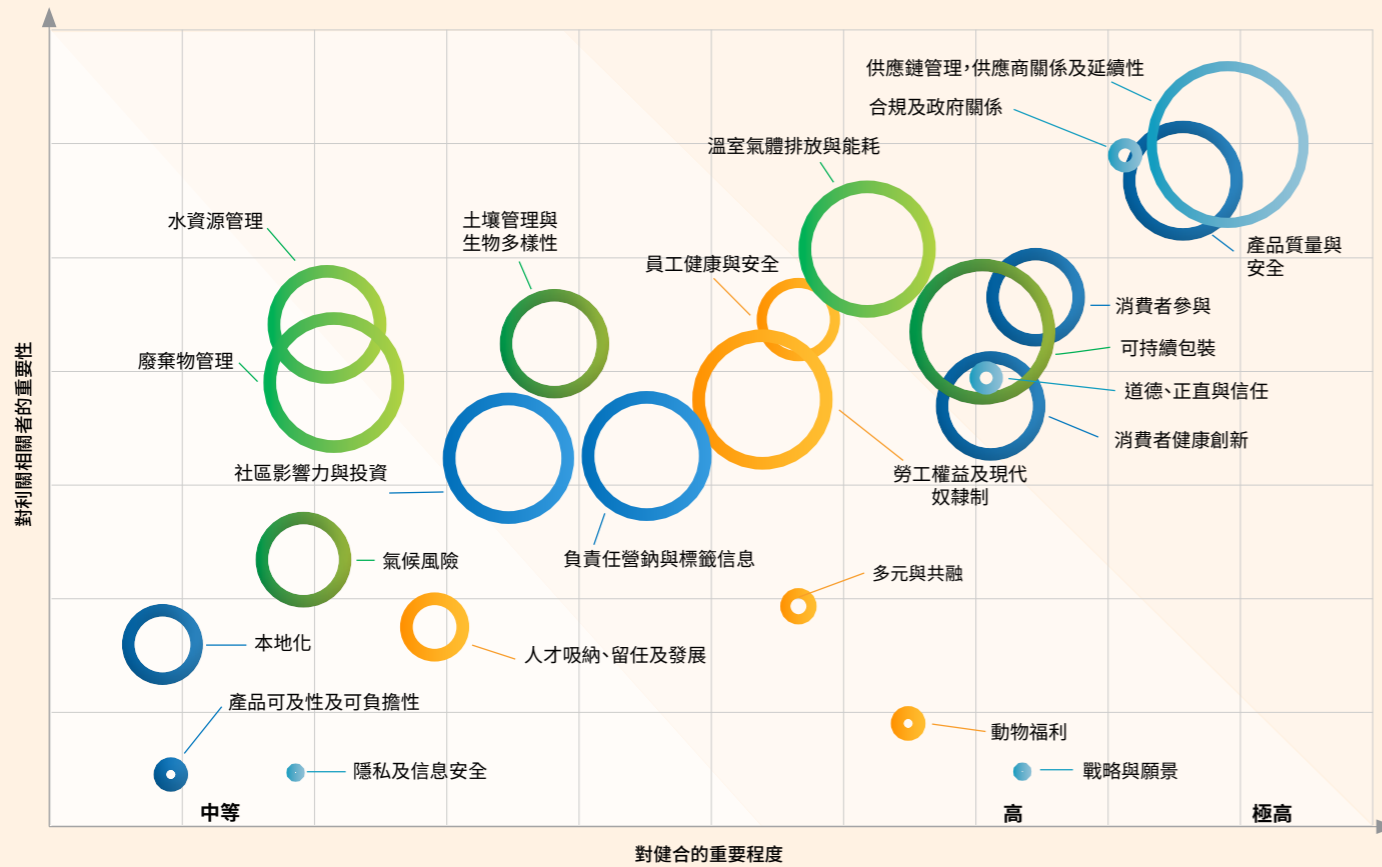
2021

4. 議題分析

- **審查及更新：**分析重要議題，以反映國際社會去年審議和應對ESG挑戰的進展。
- **審定：**董事會分析並審定經修訂重要議題矩陣。



該制定步驟識別出以下23個議題對健全長期的可持續發展至關重要：



作為二零二一年回顧的一部分，儘管並無更多重要議題及界限並無變動，我們已識別三個須進一步關注的議題：

動物福利日益重要： 健合決定在二零二二年出台一項全面動物福利及動物實驗政策。這在B Corp (共益企業) 認證過程中亦至關重要。

溫室氣體排放和能源在全球氣候變化及近期召開的聯合國氣候變化框架公約第26次締約方會議 (COP26) 中的重要意義： 於二零二二年，健合將根據TCFD建議識別氣候風險並完成情景分析，通過科學碳目標倡議 (SBTi) 制定碳減排目標，切合我們於二零二二年在辦公室和本身營運中實現 100% 可再生能源的承諾。

勞工權益與反對現代奴隸制： 尊重人權和尊嚴是我們履行使命的一部分，也是健合致力於改善慣例保護人權並避免在影響範圍內發生任何侵犯行為的原因所在。這與我們承諾70%的一級供應商 (按支出) 將在二零二三年底之前完成社會評估一致。



我們積極與利益相關方接觸，並備存最新及全面的利益相關方參與列表。利益相關方參加的部分活動包括：

- 投資者定期要求我們提供資料，並就氣候風險和負責任營銷等特定議題與我們進行會談
- 我們進行一對一的簡報會，確保清楚了解投資者的預期，並在重要議題評估中考慮其顧慮
- 可持續發展報告及其他關鍵信息可在健合網站上查閱，產品具體詳情可在品牌網頁上查閱
- 消費者可通過客戶服務渠道查詢產品成分、配方及包裝。

投資者認知研究

二零二一年五月，我們委託 Think Alliance Group 進行了一項全面的認知研究，以評估投資者及分析師對健合以及我們的披露、增長、財務策略及ESG工作的意見。本研究基於對中國大陸、中國香港特別行政區及新加坡的金融機構的買方和賣方代表進行 20 次電話訪談。主要見解包括：

投資者關係工作：

95% 的受訪者認為健合的財務及 ESG 披露「非常好」或「好」。

可持續發展工作：

70% 的受訪者認為健合盡力減少碳足跡，90% 的受訪者認為健合對社會做出了積極貢獻。

對健合管理而言的最重要 ESG 議題：

儘管受訪者認為健合管理 ESG 各部分至關重要，但略多受訪者認為管治比環境及社會方面更為重要。

遵循聯合國全球契約十大原則和可持續發展目標 (SDGS)

我們自二零一八年起加入聯合國全球契約。該契約呼籲公司調整其戰略和業務，使之符合人權、勞工、環境和反腐敗相關的普遍原則（「十項原則」），並採取行動推動社會目標。

這些原則源自《世界人權宣言》、國際勞工組織《工作中基本原則和權利宣言》、《裡約環境與發展宣言》及《聯合國反腐敗公約》。

我們將聯合國全球契約及十項原則納入健合集團的戰略、文化及日常營運。我們亦努力為明確二零三零年對於全球可持續發展的優先事項和願景的聯合國可持續發展目標 (SDG) 出一分力。

我們的四大可持續發展影響領域—提升健康意識、減少環境足跡、支持社會公平發展以及完善企業管治—涵蓋我們於重要議題制定步驟中識別的重要議題，並為我們的可持續發展承諾及策略提供指引。可持續發展影響領域與聯合國全球契約的十項原則以及我們特別確定為重點關注領域的八項SDG息息相關。



可持续发展目标



提升健康意識



通过倡导和教育，分享健康生活方式，联合合作伙伴一同提高人们的健康意识。



減少環境足跡



我們善用資源，應對氣候變化，為後代保護環境。



支持社會公平發展



社會公平是健康和快樂的基礎



完善企業管治



在做决策时，我们会把所有利益相关纳入考虑范围，利用企业管治为环境、社会和经济产生长远积极影响。

可持續發展承諾

在過去兩年，顯然而見，全球已發生巨大變遷，隨之而來的是新利益相關方需求。在當今意識日益增強及瞬息萬變的社會，我們必須時刻洞悉利益相關方的需求，並不斷留意最新的商業、社會、環境及情緒資訊。我們必須順應新「遊戲規則」及潮流，發展及創造共享價值。現在正是我們反思及開展可持續發展新階段的時機－重新評估我們的優次，並為進步及創新探索新機遇。

我們已重新調整承諾，以更適切回應對利益相關方而言最重要的議題，並幫助解決我們可能會影響或受其影響的新興問題。與供應商建立夥伴關係擴大我們的應對範圍及影響、緩解氣候危機的迫切性、提高我們的道德標準以及促進更多元化及共融的文化，從而推動二零二二年議程。我們亦意識到可持續發展的漫長之路。為確保在實現目標方面取得積極進展，我們需要將信念轉化為可量化的行動，並建立指引我們前路的里程碑。在這方面，我們特別決定，基於科學方法的溫室氣體減排目標下，於2022年重置我們的大部分資源消耗目標。

提升健康意識

- 二零二一年 ✓ 梳理出兩款植物基產品，需要通過科學研究，體現其能作用於降低非傳染性疾病的健康風險。
- ✓ 打造直接面對消費者的DTC業務模式，幫助消費者保持健康生活。
- 二零二二年 ○ 將健合健康科學或者合生元營養與護理研究院 (BINC) 的研究成果轉化為2款產品的開發
- 使每項創新對至少一個影響領域作出積極貢獻。
- 二零二三年 ○ 制定及實施全球清潔標籤程序及指引。
- 在所有業務市場實施共享價值項目 (包括H&H公益基金)。
- 二零二四年 ○ 就特定嬰兒配方奶粉及嬰幼兒食品實施植物基策略，以應對特定情況。
- 成人營養及護理用品以及嬰幼兒營養及護理用品業務分部內的每個產品類別均推出獲醫護人員推薦的產品

減少環境足跡

- 二零二一年 ✓ 在營運場所實現100%採用可再生電能。
- ✓ 減少廢棄物填埋20%
- 二零二二年 ○ 在中國大陸營運場所的每單位產品耗電量和耗水量減少2%
- 基於氣候相關財務信息披露工作組 (TCFD) 的建議，識別氣候變化風險並進行場景分析。*
- 通過科學碳目標倡議 (SBTi) 制定碳減排目標。
- 新產品包裝遵守至少一項5R包裝框架 (減少、更新、回收、再利用、再生)。
- 就成人營養及護理用品業務分部80%的原材料進行 (管治、人權及環境影響) 評估，並制定相關風險管理計劃。
- 每年在新產品或改進產品中開發及應用環境影響較小的H&H技術。
- 二零二三年 ○ 所有產品包裝均為可回收、可堆肥或可生物降解。
- 實施尋找動物源性成分替代品的策略，以回應消費者對環境及道德的關注。
- 所有新產品將符合原材料採購政策所載標準。*

支持社會公平發展

- 二零二一年 ✓ 在所有30人以上的辦公地點設置專用的哺乳室。
- 二零二二年 ○ 制定全球多元化及共融聲明，並向所有員工提供定制化區域計劃。*
- 制定全球育兒假政策。*
- 推出並實施動物福利政策及動物試驗政策。
- 二零二三年 ○ 提高本集團的員工滿意度，並注意挽留員工。
- 70%的一級供應商 (按開支計) 已接受社會評估。

完善企業管治

- 二零二一年 ✓ 向董事會提供外部環境、社會及管治培訓。
- ✓ 供應商按類別設定可持續目標，並將議題納入供應商管理系統。
- ✓ 進一步實現供應鏈本地化，以減少碳排放。
- 二零二二年 ○ 將環境、社會及管治關鍵績效指標納入高級管理層績效評估。
- 按地區於財務報告週期內實施季度環境、社會及管治報告。
- 一級供應商簽署《供應商行為準則》。
- 二零二三年 ○ 向所有員工提供有關道德標準 (反欺詐、腐敗及舉報) 的年度合規培訓。
- 將具體、正式的環境、社會及管治培訓納入所有員工培訓。
- 二零二四年 ○ 就延續保證提交《可持續發展報告》。*
- 二零二五年 ○ 刊發首份綜合報告。*

1. 根據我們《2019年可持續發展報告》中披露的 2,268 噸廢棄物填埋的目標。

* 承諾已因各種內部及外部因素而延長。

✓ = 完成

二零二五年 ○ 有四大可持續發展影響領域的關鍵承諾是在二零二五年前獲授「共益企業」認證

健合可持續發展影響領域

FOR THE LOVE OF PEOPLE AND THE PLANET

03





二零二一年 亮點

2,267,426美元

用於集團社區投資，按年上升 56.2%

7,642 小時

團隊成員投身社區活動



8

項研究獲得合生元營養與護理研究院 (BINC) 基金資助



提升健康意識

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

從營養、運動、正念三大層面投入，幫助不同年齡段人們追求健康生活，謀求福祉。

我們打造的产品，為全球消費者帶來健康和幸福。

攜手在人與可持續發展相一致理念的合作夥伴和供應商，共同構建更健康、更快樂的世界。

公益及參與



H&H公益基金的目的非常明確：倡導、教育及支持當地社區的健康生活方式，尤其關注H&H的健康及幸福支柱——營養、運動及正念。這項重要工作有助於提升健康意識這一可持續發展影響領域，令健合團隊同心協力爭取達成更高目標。公益基金的貢獻包括資金及物資以及團隊成員在當地社區的志願服務。

H&H公益基金遵循集團官網提供的健合社區投資政策。

於二零二一年，集團的社區投資總額達2.26百萬美元，與二零二零年相比增加56.2%*。我們還提供了價值491,063美元的物資捐贈，包括產品和醫療用品，以支持新冠肺炎響應及其他活動。健合在世界各地的團隊成員全年為社區貢獻了7,642小時的志願服務。

我們的地區團隊積極推廣彼等合作的當地慈善活動，以鼓勵公眾參與及／或擴大影響力及成果。我們在最大市場中國的團隊場尤其活躍，二零二一年榮獲多個公益獎項。



健合集團在中國榮獲 “2021年度公益傳播獎”

健合集團於二零二一年公益節上獲得了公益傳播獎。這一活動得到了中國最大媒體機構支持，促進了慈善事業的發展，鼓勵了全國範圍內的深入對話、合作及交流。我們的中國團隊因參與及鼓勵公眾參與慈善事業及其他社區活動的傑出努力而獲得認可。

社區參與活動邁出新的第一步

自二零一四年起，我們成為商業促進社會影響網絡 (B4SI，前稱LBG) 成員。B4SI是由約180間跨國公司組成的全球合作夥伴關係，這些公司致力於提升其社會影響力，且B4SI認證是衡量及管理公司社會影響力的全球標準。其於慈善活動領域的透明度願景與我們相似，從中我們深明以公開一致方式衡量及溝通貢獻的重要性。

二零二零年，我們決定通過與B4SI合作，進一步改進報告匯報形式，以審閱及評估我們的貢獻，作為我們可持續發展報告的一部分。

二零二一年，我們獲得了B4SI認證，其有助於我們：

- 對社區項目產生可衡量的社會影響力。
- 提高透明度，並改善報告系統。
- 通過與其他類似機構的比較資料，幫助我們釐清方向，並加快持續致力保護我們所處的社區。

根據B4SI框架以及健合集團使命，我們的社區貢獻及影響大多集中在健康 (59.8%)、社會福利 (20.1%)、急救 (10%)、教育及年輕人 (6.2%) 及環境 (3.9%)。

我們於全球15個市場支援28個項目，擁有1,325名團隊成員於工作時間內參與。

二零二一年的成就
二零二一年，我們的社區投資總額為
2,267,426美元，按年增長**56.2%***。
主要詳情包括：

830,376美元
現金貢獻

1,325
團隊成員於工作時間參與

7,642
工作小時

673,705美元
團隊成員時間價值

491,062美元
實物貢獻價值

272,282美元
管理成本總額 (即員工薪金)



展望未來

支持當地社區仍為我們的側重點。未來，我們將繼續：

- 採取集體行動回應該等社區訴求，並授權健合團隊著手處理對其具有意義的社會解決方案。
- 令團隊成員感受到與周圍社區的聯繫，並在當地產生積極影響。
- 提供有關健合品牌及品牌組合的意義，向客戶及消費者傳達我們所代表的意義。

*我們在二零二一年開始使用的B4SI框架亦計及員工於工作時間的志願時數，此與我們二零二零年的報告數字相比屬新數據，並反映了有關增幅的一部分。請注意，由於Zesty Paws於2021年10月完成併購，這不包括與我們Zesty Paws品牌相關的員工貢獻資訊。

在印度深陷新冠肺炎疫情困境之際向其伸出援手

H&H公益基金向兩個印度慈善機構捐贈20萬港元，以向該國二零二一年初新冠肺炎快速飆升下受到影響的個人及家庭提供支援，當時該國的醫療系統發生嚴重擠兌。有關捐贈旨在向個人及家庭提供醫療物資及營養品，其中包括以下各項。

向總理設立的緊急情況下的公民援助和救援 (PM CARES) 基金捐贈10萬港元。PM CARES基金乃於二零二零年就應對新冠肺炎而設立，由印度總理領導。

向Akshaya Patra Foundation捐贈10萬港元，該組織與健合集團旨在促進營養健康的目標上志同道合。該非政府組織成立的目的是透過向貧困兒童提供膳食以消除課堂挨餓現象。為在疫情期間提供援助，其向數百萬名居家隔離的人員送餐。



FONDATION
GoodPlanet

mindhk

促進更深入瞭解心理健康的支持舉措

H&H公益基金向MindHK資助20萬港元，該組織致力於透過公眾宣傳活動、研究、在線資源及活動，以改善中國香港特別行政區人們對心理健康的認知及瞭解。

其項目之一是開辦獲國際認可、以證據為基礎的急救培訓課程，該課程起源於澳大利亞，目前已在24個國家開展，全球逾四百萬人已完成該課程。

此為期兩天的強化課程旨在教育人們瞭解各類心理健康狀況，以及鼓勵或幫助人們在出現症狀或面臨危機時尋求專業支持。該課程使用一個稱為ALGEE的主要模式，其作為協助他人的基準，可根

據情況進行調整。其旨在成為接觸專業人士的「橋樑」，與傳統(物理)急救的工作方式相若。

H&H的捐贈主要專注於支持MindHK「培訓新教員」，以增加社區中受訓講師的人數，從而增加每年可開設的課程數目及可參加課程的人數。

我們亦鼓勵香港的H&H團隊成員參加該課程並取得心理健康急救證書，或參加MindHK提供的其他講習班，如「心理健康101」及「LGBTQ+ 心理健康講習班：復原力盟友 (LGBTQ+ mental health workshop: Resilience ally)」。

有關GOODPLANET的項目合作

在法國，Biostime合生元、Dodie及Good Goût品牌資助由法國著名攝影師兼環保人士Yann Arthus-Bertrand創立的法國非政府組織GoodPlanet。GoodPlanet積極支持可持續糧食及生物多樣性。自二零一九年項目合作開始以來，H&H公益基金已向GoodPlanet捐贈近10萬歐元。

GoodPlanet所舉辦的活動中有教育講習班，尤其側重於環保育兒及負責任的消費理念、食物多樣

化、孕期營養及母乳餵哺等方面。

於二零二一年，我們的財務捐助支持多個講習班，以幫助父母及孩子透過健康烹飪課程瞭解及體驗可持續營養。該等活動將於二零二二年繼續開展，原因為我們已承諾擴大合作，以開設全新系列的七個講習班。該等講習班將集中於「支持未來及年輕父母負責任地養育」這一主題，並將由Biostime合生元及Dodie品牌贊助。



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)。

截止2021年12月底,基金捐款接近6000萬元,幫助2273位貧困重症的母親和兒童,受助地區遍及中國大陸地區。

基金旨在讓中國更廣大的社會參與進來,以提高公眾對有嬰幼兒或母親重症病例的家庭的認知與支持。

於二零二一年,基金仍繼續遵循「你參與 我救助」的模式,以盡可能提高參與度當人們參與線上和線下活動時,基金代表其個人或家庭進行捐贈。

於二零二一年,主要活動包括:

捐款援助

- 2021年,健合集團總共6次抗疫捐贈行動,捐贈物資167萬元(含廣州深圳廈門揚州南京捐贈67萬物資及河南水災100萬物資採買)。



合生元親親快跑親子公益活動

- 2021年合生元保護同行主題同親子運動相結合的形式,採用“你參與,我救助”的公益模式,全年完成17場,2.3萬人次參與。

- 以參與家庭的名義配捐100萬元公益基金,用於支持救助先心病兒童專案。
- 為促進環境保護及提高偏遠社區居民的環保意識,基金提供支持,在寧夏回族自治區中衛市中寧縣種下1萬棵枸杞樹。

為母嬰提供醫療及救助支持

- **醫療費用:** 基金為20家醫院的290名貧困母親提供資金支持,幫助彼等支付自身及/或子女的醫療費用。中國疾病控制中心協助提供文件,以確定扶貧對象。捐贈金額合共為人民幣258萬元。
- **經濟補貼支持:** 基金為68人提供經濟援助,包括母親(懷期及照顧三歲以下兒童)及兒童(0至14歲)的醫療費用。基金根據醫療條件類型,提供每人人民幣5000至2萬元不等。基金就此提供合共人民幣43.39百萬元。
- **為先天性心臟病患兒提供篩查及治療:**「天使之旅」項目是基金自二零一三年起歷時最長的項目之一。該項目涉及基金與其合作夥伴中國紅十字會及當地醫院一同前往山區農村為兒童進行先天性心臟病篩查。

兒童一經確診,將獲得支援前往北京等一線城市接受必要手術及其他治療。

- 於二零二一年,基金於騰訊公益平台發起「合你同心」的捐步活動,帶動中國大陸網友以步行方式為該活動「捐步」。一天之內,全國共有70萬人參與該活動,並為活動捐出步數共計100億步,進而使基金為天使之旅捐贈人民幣50萬元。
- 二零二一年七月,基金與北京安貞醫院一同前往山西省,為呂梁、忻州及長治的兒童提供篩查。藉助「合你同心」社區募捐項目的資金以及其他基金資源,篩查309名兒童,從中發現15名先天性心臟病患兒。有關患兒現已成功接受手術治療。

線上推廣母乳餵哺活動



- 基金已連續五年參加國內的全國性「99公益日」活動。於二零二一年,基金開展「母乳更+ 守護新生」活動,以提高人們對母乳是嬰兒最佳營養的認識。為29家醫院共籌集到人民幣95萬元,以支持早產兒。響應該活動的個人捐贈約人民幣20萬元,基金則捐贈人民幣75萬元。

合生元營養與護理研究院

自二零一八年以來，日內瓦合生元營養與護理研究院已投資590,000歐元於19個研究項目，以推進母嬰健康科學的發展。

於二零二一年，合生元營養與護理研究院科學顧問理事會選出了五個項目進行資助。日內瓦合生元營養與護理研究院收到了來自世界各地的知名大學、學術機構和醫院的科學家提交的117項高質量申請，並以此進行篩選。這些項目與我們的五大研究重點領域一致：微生物群系、腦部發育、營養和膳食、母嬰健康及過敏。

對於臨床前研究，每個項目可獲得高達50,000歐元的資助；而對於臨床研究，每個項目可獲得高達100,000歐元的資助。

二零二一年成功獲得資助的四個項目申請案列為：



嬰兒腦部發育

Strupp, B. (Cornell University, U.S):
母親補充膽鹼對嬰兒神經行為發育的影響



營養與餵養

Schellekens, H. University College Cork, Ireland:
通過飲食-微生物群-腸-腦軸開啟健康飲食



嬰兒腦部發育

Giron, M.C. (University of Padova, Italy):
探索腸道神經系統對生命早期髓鞘形成的作用



微生物群系

Vonaesch, P. (UNIL, Switzerland):
母親營養不良：母嬰微生物群傳遞和對代謝疾病的易感性
(Eligible for 100,000 EUR Clinical Trial Criteria of Selection)

除了研究資助計劃外，合生元營養與護理研究院亦贊助及支持各種會議及專題討論會。例如，於二零二一年：

- 合生元營養與護理研究院贊助了為期五天的暑期學校課程，主題為「從腸道到大腦：我們的微生物群如何影響我們的情緒及行為」。該課程匯集了來自歐洲及中國的碩士及博士，參加由該等領域的國際知名專家舉辦的研討會及實踐研討會。課程由Micalis研究所 (INRAE, AGroParis-Tech, Paris-Saclay University) 及中國科學院腦認知與腦疾病研究所聯合舉辦。
- 合生元營養與護理研究院贊助了於羅馬舉行的第11屆益生菌、益生元及新食品：營養保健品及植物藥與人類及微生物群健康大會。在是次大會上，合生元營養與護理研究院贊助了一場討論早期腸道定植的研討會。

全年，合生元營養與護理研究院亦與眾多關鍵意見領袖合作，推出一系列科學網絡研討會及領域專家訪談，為面向醫療保健專業人士的科學知識傳播作出貢獻。合生元營養與護理研究院通過開發一系列內容豐富的視頻、網絡研討會、信息圖表及文章以擴展其在科學傳播方面的工作，以協助家長面對育兒擔憂及挑戰。

合生元營養與護理研究院

合生元營養與護理研究院旨在加強對中國母嬰的營養和護理方面的科學研究和技術理解。其整合橫跨全球的強大資源，母嬰營養和護理專業人員組成的世界一流研究團隊。每年撥款人民幣1百萬元支持相應領域的科學研究。

下面列出了中國合生元營養與護理研究院在二零二一年成功獲得資助的四個項目申請。



廣州醫科大學：
母乳活性蛋白OPN (骨橋蛋白) 的抗病毒活性及其機制。



中山大學：
妊娠期膳食攝入及紅細胞脂肪酸與後代過敏性疾病的關聯：一項隊列研究。



華中科技大學：
人乳源性外泌體中miRNA-486-5p調節嬰兒骨骼肌生長的機制研究。



解放軍總醫院第七醫學心：
益生菌對過度活躍症兒童腸道微生態特徵及干預作用的研究。

合生元營養與護理研究院深度參與2021婦幼營養學術年會

2021年12月10-11日，由中國營養學會婦幼營養分會舉辦的2021婦幼營養學術年會在江西南昌隆重召開，BINC連續6年深度參與。大會共邀請了600多名婦幼營養健康領域的專家學者到場參加，並採用線下報告和線上直播相結合的形式，圍繞母嬰健康研究進行了深度的學術交流。

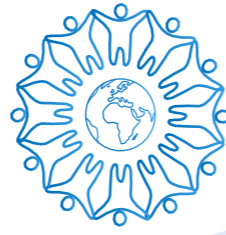
此次會議，BINC特別邀請母乳蛋白研究領域的頂尖專家-北京大學公共衛生學院張玉梅教授，分享合生元主導的乳橋蛋白LPN臨床研究成果，與行業專家學者共同交流探討乳橋蛋白LPN對嬰幼兒健康生長發育的作用。更邀請了BINC優秀基金專案負責人-大連醫科大學基礎醫學院李明教授，分享其主持的項目的最新研究成果，與母嬰健康領域專家交流HMO對嬰幼兒免疫健康的益處。



全球社區日健合團隊成員「實踐使命」

於二零二一年十月，來自12個國家的1,300多名健合團隊成員參加了「實踐使命」，並為我們在當地的慈善合作夥伴籌款。

當日活動為我們的團隊提供互相認識及一起出行的絕佳機會，同時籌得超過47,000美元。每名團隊成員均可從15名慈善合作夥伴中選擇其中一名，以捐贈其「步數」。其後，團隊成員每走多10,000步，H&H公益基金即向該慈善合作夥伴捐贈20美元；每走多15,000步，則捐贈50美元；每多20,000步，則捐贈80美元。



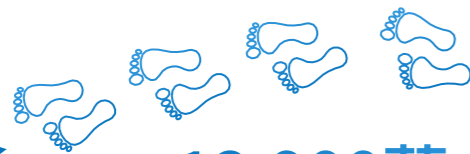
1,309

名參加者，來自12個國家



47,180美元

向15名慈善合作夥伴捐款總額



12,900萬
總步數



H&H公益基金專為全球社區日作出的捐款包括：

 1,730美元 BABY2BABY	 3,500美元 BLUEARTH FOUNDATION	 1,590美元 BODY & SOUL	 2,010美元 CAR ELLES BUTINENT	 1,000美元 CORK PENNY DINNERS
 1,000美元 EAT MY LUNCH	 1,000美元 FOOD FROM THE HEART	 2,260美元 GOODPLANET FOUNDATION	 1,200美元 GREATER GOOD CHARITIES	 26,390美元 GUANGDONG YOUTH SPORTS FEDERATION (GDYSF)
 1,500美元 MIND HK	 1,000美元 NUTRIMENTE	 1,000美元 SMILE FOUNDATION INDIA	 1,000美元 SOS FUTURE MOTHERS	 1,000美元 WARRIOR CANINE CONNECTION

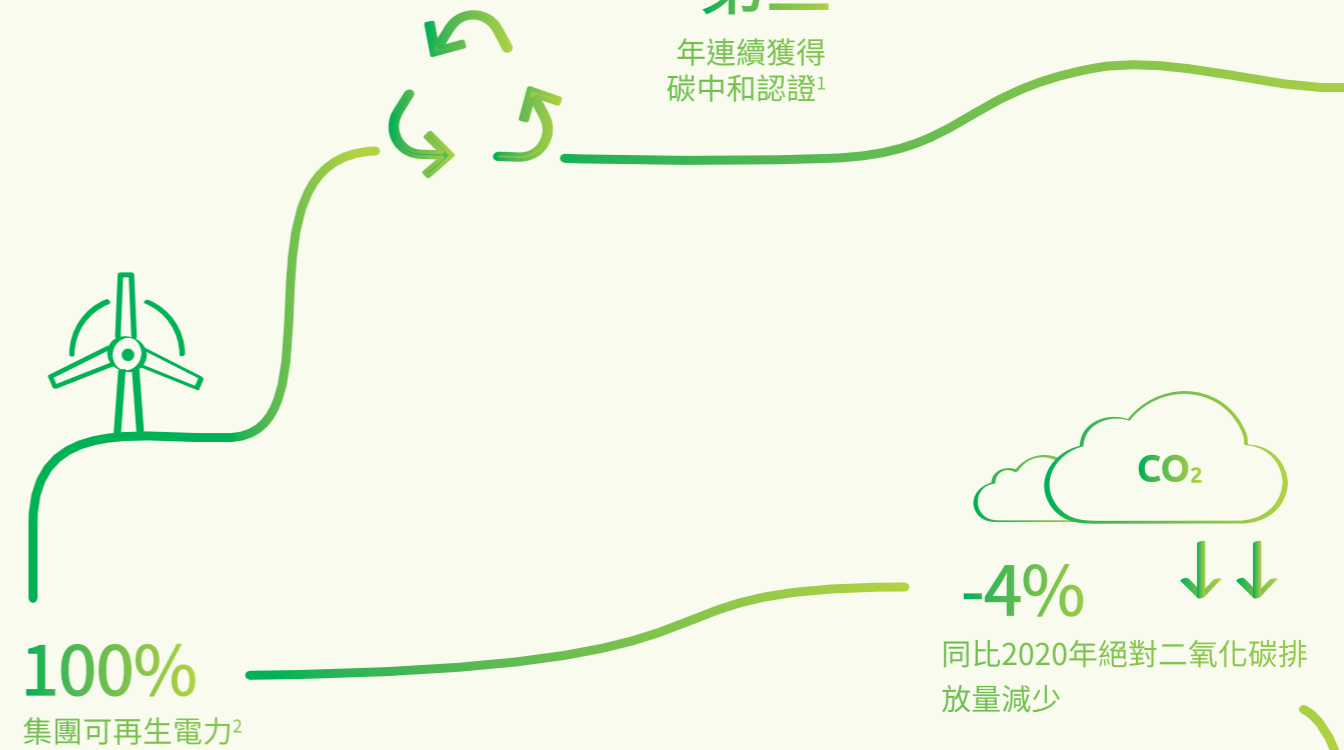


二零二一年 摘要



第三

年連續獲得
碳中和認證¹



廢棄物填滿減少
20%³

1. 健合集團子公司Swisse Wellness是澳大利亞Climate Active認證的碳中和組織。更多資訊請點擊這裡：<https://www.climateactive.org.au/buy-climate-active/certified-members/swisse-wellness>
2. 在所有地區使用國際可再生能源證書 (iREC)
3. 根據我們在 2019 年可持續發展報告中披露的 2,268 噸廢物填埋的目標



減少環境足跡

我們善用資源，應對氣候變化，
為後代保護環境。

我們追求經濟發展，同時實施可持續發展的
採購模式，保護我們獲取原材料的生態環境。

我們按標準及標籤為消費者提供信息，確保
產品可追溯和具透明度。

我們持續致力於善用資源、注意碳足跡並作
出相應決策以降低並抵銷碳排放。



減少環境足跡

二零二一年活動

我們加入的聯合國全球契約組織要求我們展示對環境的承諾，在這個時代，作為一個星球所面臨的最大挑戰之一是全球變暖和氣候變化的後續影響。我們認識到，世界正在發生變化，隨之而來的是我們整個價值鏈的致命風險。產品供應鏈的每個環節均有與氣候變化有關的獨特挑戰。

為更清楚、更全面地瞭解氣候變化對本集團業務的潛在影響，我們致力於在二零二二年完成情景分析，並根據氣候變化相關財務信息披露 (TCFD) 框架全面披露氣候風險。這將使我們能夠調整本集團的戰略，以提高其抵禦該等已確定潛在氣候相關風險的能力。

我們於二零二零年識別出的一些風險於二零二一年仍然相關，例如：

- 上游範圍三碳排放；
- 供應商面臨轉型和實體風險；
- 政策對貿易和市場的風險。

我們決定在向淨零排放的全球經濟過渡中發揮自己的作用。自二零一七年以來，我們一直在評估碳足跡，並作出相應決定，以減少排放，並抵消我們無法立即減少的排放。在這方面，我們投資於高品質的碳信用，並在我們的價值鏈之外為碳封存項目撥發資金。自二零一九年以來，我們已通過 Climate Active 的碳中和認證*。在二零二二年一月，我們簽署了由聯合國全球契約組織的氣候雄心加速器，我們 100% 的耗電量為可再生電力。

我們現在的目標是採用一種基於科學的方法，並明確界定我們的計劃，以減少溫室氣體 (GHG) 排放，符合《巴黎協定》的目標。

我們在世界各地的大部分場所均為公司辦公室，只有四個是運營場所。我們的運營場所是我們環保工作的重點，因為這些運營場所佔我們在能源、廢棄物、水和排

放方面環境足跡的73%。

我們已擴展對我們地點的分析，以確保我們的測量盡可能相關。例如，在我們的辦公室，我們使用每人的強度作為衡量標準；在我們的運營場所，我們使用每單位產量的強度；在我們的生產場所，我們使用每單位產量的強度；及在我們的包裝場所，我們使用每單位包裝的強度。

我們所有工廠均全面遵守所有相關的環境法律及法規，並通過其本身體系的环境政策及標準操作流程制定運營目標。我們內部的H&H行為準則，涉及聯合國全球契約組織的十項原則，為本集團設定全球標準，並為我們的團隊成員的行為界定指導原則，包括與環境有關的行為。特別是，其鼓勵我們的團隊成員在採購產品和服務時考慮對環境的影響以及成本，並在新產品開發、營銷啟動計劃、貿易營銷、包裝及內容回收等方面注意環境影響。我們亦希望我們的團隊成員瞭解並遵守環境法規。二零二一年，我們沒有發生與環境法律或法規有關的違規事件。

於二零二一年，我們要求第三方檢查我們在中國的一家工廠的蒸汽發動器產生的氮氧化物 (NOx) 和我們的一個設施的加熱系統可能排放的硫氧化物 (SOx)。根據這次檢查的結果，蒸汽發動器每年產生大約2.433噸 NOx，SOx 的排放濃度幾乎為零。這些結果低於規定的排放限額。

我們的廣州工廠是唯一一家產生物料流廢水的工廠。這些廢水來自設備清洗、質量檢測、辦公室生活污水、食堂洗碗污水，由純水機和洗滌衣物產生的濃縮水。我們遵守中華人民共和國廣東省《水污染物排放限值》(DB44/26-2001) 的規定。我們確保水的污染物含量不超過當地標準規定的最大允許排放濃度，廢水排入市政污水管網，由大沙地污水處理廠進行集中處理。

我們的直接運營不在水資源短缺地區取水。

我們對全球低碳經濟的貢獻

2011

Swisse斯維詩品牌獲Climate Active 認證為**碳中和**



2019

健合集團獲Climate Active 認證為**碳中和***



2021

- 我們運營場所的100%可再生電力
- 與 2020 年相比，溫室氣體排放量減少 -4%
- 垃圾填埋量減少 20%*

2020

在水和電方面採取的降低目標

2022

- 氣候雄心加速器成員
- 篩選範圍三溫室氣體排放
- 基於科學目標倡議 (SBTi) 制定碳減排目標



2017

- 第一次集團範圍的溫室氣體清單 (範圍一、二及選定的範圍三)
- 所採取的廢物減低目標

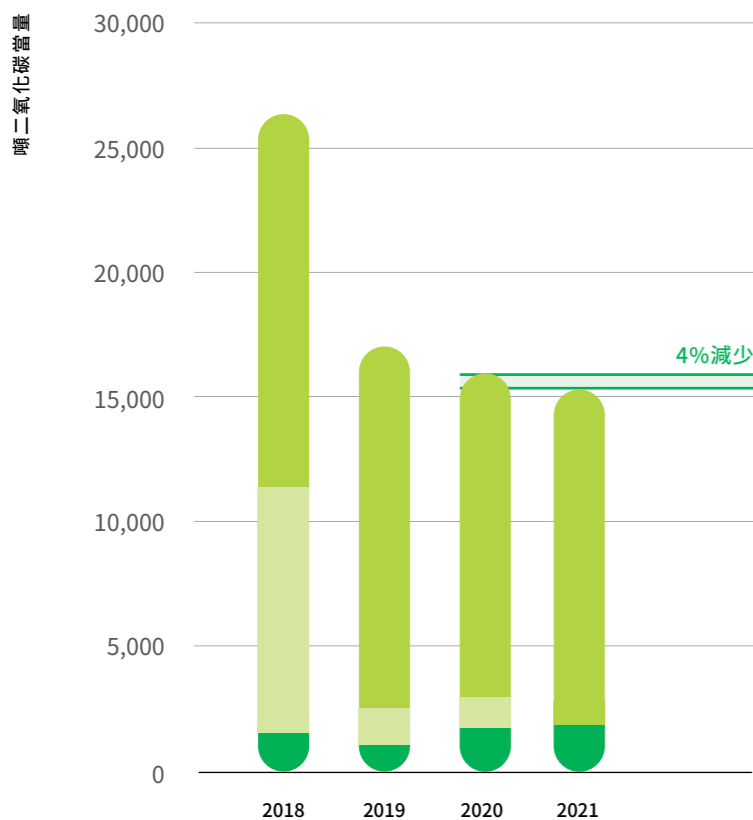
2018

聯合國全球契約組織的參與者



健合集團子公司Swisse Wellness是澳大利亞Climate Active認證的碳中和組織。
 更多資訊請點擊這裡：<https://www.climateactive.org.au/buy-climate-active/certified-members/swisse-wellness>
 * 根據我們在 2019 年可持續發展報告中披露的 2,268 噸廢物填埋的目標

排放



關於我們的強度指標的說明

我們努力制定有意義的環境績效指標，因此也報告除了溫室氣體排放，水，廢物和所有能源的總數的強度指標。我們注意到，這些對溫室氣體清單的基本建模假設高度敏感，因此每年可能會有很大差異。

在二零二一年，我們使用以下計算方法：

- 1) 每個團隊成員的強度是通過實驗室和辦公設施的總排放量或資源數除以這些設施的總團隊成員來計算的。
- 2) 生產基地每單位生產的強度是通過將工廠生產的總排放量或資源數除以總產量來計算的。
- 3) 包裝現場包裝的每單位強度是通過將包裝場所的總排放量或資源數除以包裝的總單位來計算的。

關於排放界定的說明

能源生產產生的範圍三排放已包含在範圍一排放中，因為我們使用了完整的價值鏈排放係數。澳大利亞和紐西蘭部分的溫室氣體排放量核算遵循當地適用的Climate Active碳中和標準，該標準要求測量和報告其他相關的範圍三排放源。在二零二一年，這些包括用於商務旅行的柴油，產品運輸，辦公耗材，餐飲，維修和保養，計程車和其他租車，以及商務旅行住宿。二零二零年的邊界錯誤地沒有將水列為範圍三的來源，這已經在二零二一年進行了更正。

碳排放界定



綠色文字部分僅涵蓋澳大利亞和紐西蘭。

耗水

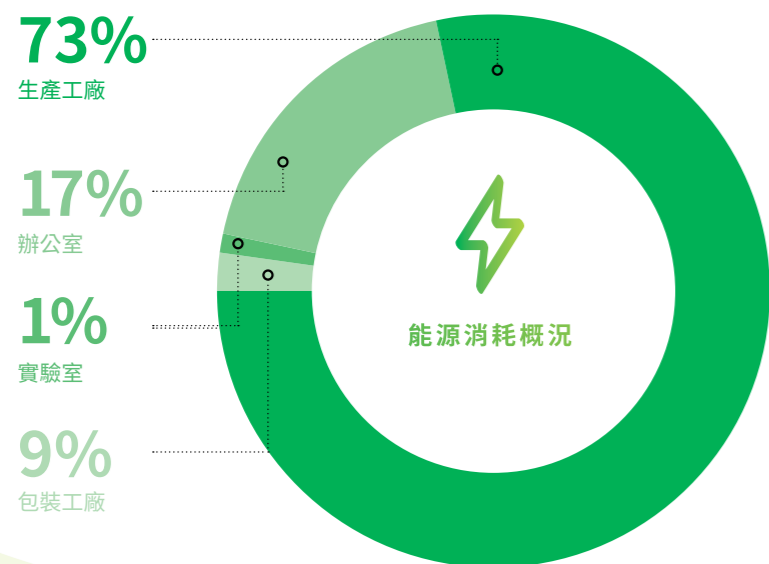


2021年，在廣州科學城內建造了一個新的Swisse斯維詩車間，並進行了試驗活動。2021年，用於調試這一新設備的水量為13,200kL，約占中國大陸耗水的25%。不計調試這一新設備的耗水量，2021年的總耗水量為45,484kL，與2020年相比下降了8.4%。

請注意，2021年，我們中國大陸占我們總用水量的90%。



能源消耗

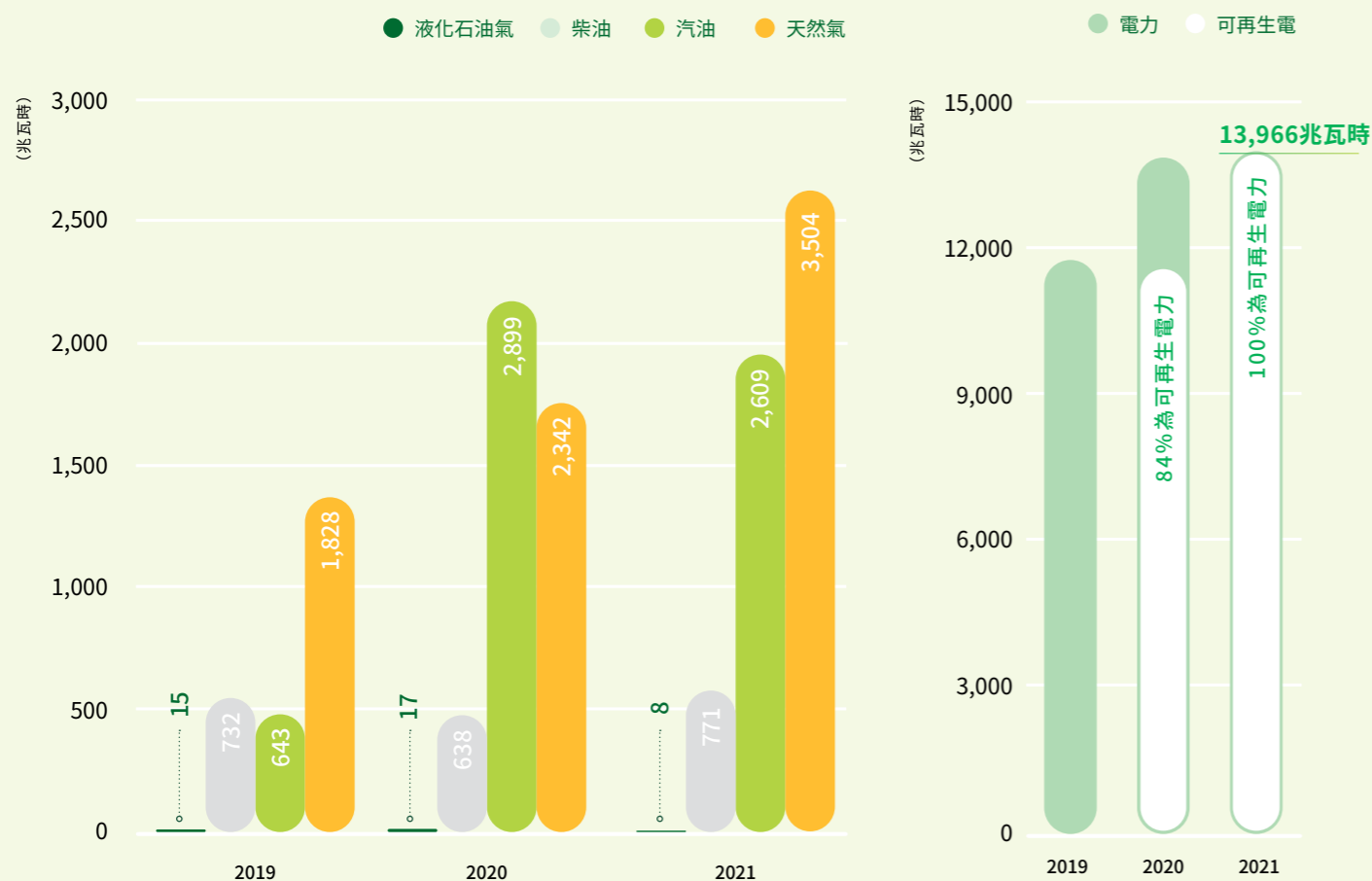


20,856兆瓦時
能源消耗總量

1.49兆瓦時/人
每名辦公室團隊成員

0.25千瓦時/單位產品
在工廠生產的每單位產品

0.07千瓦時/單位包裝
包裝工廠每單位包裝



2021年，在廣州科學城建造了一個新的Swisse斯維詩車間，並進行了試驗活動。到2021年，用於調試新設備的電力達到759.1兆瓦時，約占中國大陸耗電量的7%。不計調試這一新設備所需的電力，2021年的總用電量為13,206兆瓦時，與2020年相比下降了4.5%。

請注意，2021年，我們中國大陸占總用電量的83%。

減少我們生產工廠的能源消耗

我們優先在中國廣州和長沙的工廠開展五個項目。

項目的例子概述如下。

- **更換我們長沙工廠的冰水主發動機：**我們的新發動機，冷卻能力為886千瓦，使我們每年可節省270,000千瓦時—佔該廠總耗電量的7.8%。
- **在我們位於廣州科學城的研發中心及生產工廠對製冷機進行升級。**我們改造冷卻控制庫，增加一個精確的可編程邏輯控制系統，支持系統的可持續優化。這通過減少壓縮機和空氣冷卻器的運行時間來優化無功功率，使我們每年可節省300,000千瓦時—佔該場所總耗電量約4%。
- **啟動一個能源效率監測和分析平台，以確定節電方案：**我們將於二零二二年三月實施這個數字能源數據收集和分析系統。該系統將對整個廠區及工廠的電力、水和壓縮空氣消耗進行實時監測，並包括一個報告功能，以顯示單位能源消耗與我們的減排目標。其亦將配備人工智能 (AI) 分析，旨在確定進一步的節電機會。



廢棄物管理

我們意識到，在任何廢棄物管理和減少戰略中，首先要避免產生廢棄物和儘量減少廢棄物是關鍵措施。因此，我們鼓勵團隊成員有意識地努力減少廢棄物。當廢棄物產生時，我們的團隊成員被要求在可能的情況下進行回收，並採用特殊的廢棄物再利用方式，如將有機廢棄物堆肥或單獨收集電池進行適當回收。我們在現場制定了程序，包括團隊成員應如何更有效地使用資源（包括限制紙張、食物或水的浪費）和處理廢棄物在適當時，指導他們採取回收或循環利用措施。於二零二一年，為了實現我們的減廢目標，廢棄物管理和資源效率程序已在我們更多的場所實施，我們升級了廣州和長沙工廠的廢棄物管理程序，以確保我們不可回收的工業固體廢棄物、可回收的工業固體廢棄物、危險廢棄物及廚房廢棄物得到妥善處理。

我們的努力亦集中在與我們的供應鏈合作、管理及減少廢棄物。根據我們的供應商行為守則，我們希望供應商實施並保持一個廢棄物管理系統或類似的程序，以衡量、管理及儘量減少對環境的不利影響。

最後，我們非常清楚我們在減少包裝產生的廢棄物或提高其可回收性方面的作用，特別是在我們產品的生命週期結束時。在我們的產品開發過程中，我們採取了系統的措施，從源頭上減少廢棄物或提高材料回收率。請參閱「包裝」一節，瞭解更多關於我們致力於改善包裝可持續性旅程的詳情。

在我們的法國辦公室，使用「LES JOYEUX RECYCLEURS」使回收變得容易

我們的Biostime合生元、Dodie杜迪和Good Goût辦公室與「Les Joyeux Recycleurs」合作，簡化其日常廢物（包括紙張、塑料瓶、罐子、玻璃、墨盒、電池、燈泡和塑料蓋）的收集和回收。「Les Joyeux Recycleurs」安裝了彩色的回收箱，專門用於回收每一種類型的廢物，提供明確的使用說明，收集廢物並確保彼等在法國獲回收。這項措施是我們法國辦事處的綠色憲章中詳述的更大資源效率和回收計劃的一部分。

我們在中國香港特別行政區的全球總部

我們已選擇將全球總部設在香港，通過一系列技術和戰略積極管理可持續發展的影響，如減少能源和水的使用，改善廢棄物管理。於二零二一年，我們：

- 將香港團隊遷至大樓內的一個綜合辦公空間（而不是使用兩個空間），並重複使用現有的家具；
- 從五月中開始，在小廚房安裝水流限制裝置；
- 為各種類型的材料提供回收箱，以納入建築垃圾回收計劃；
- 促進進一步的打印及節紙措施，如設置個人打印代碼，以儘量減少打印浪費。

廢棄物

4,269噸

廢棄物總量



750公斤 / 人

每名辦公室團隊成員



18克 / 單位產品

在工廠生產的每單位產品

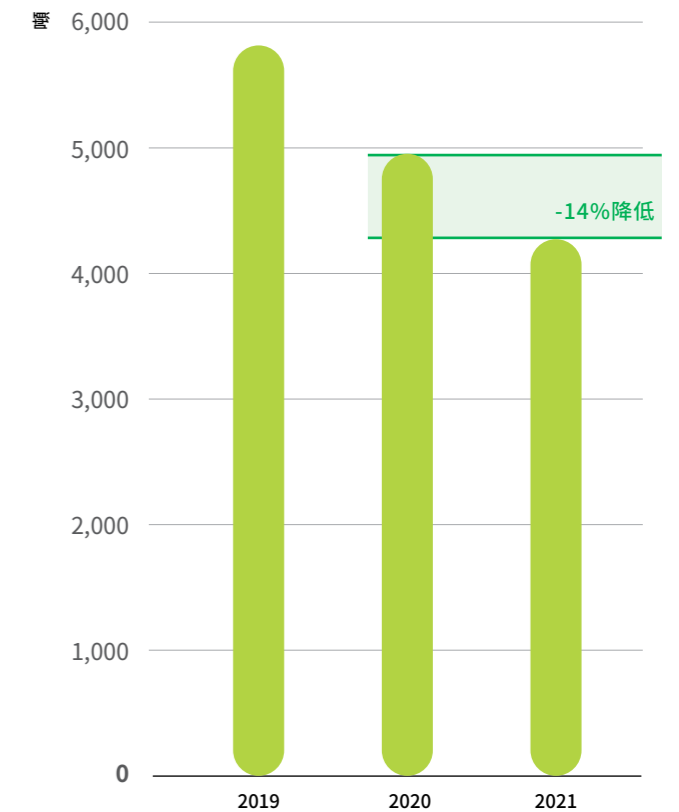


255克* / 單位產品

包裝工廠每單位包裝



我們努力不斷改進我們每個營運場所報告的數據品質，這讓我們確定與往年相比，我們的包裝工廠報告的廢物量顯著增加，這導致我們的生產基地每單位元產生的廢物量增加。



廢棄物類型分類 (2021)

0%

3噸有害廢棄物

47%

2,012噸回收

53%

2,253噸填埋



*任何危險廢物均由第三方收集，並根據當地法規進行處理。



支持公平發展

我們保護社會公平，社會公平是健康和快樂的基礎。

我們努力確保業務所觸及的每個人，都能享受應有的基本權益及基本自由。

我們尊重員工，並改善員工的生活和工作環境。

請注意，由於Zesty Paws於2021年10月完成併購，'支援社會公平發展' (第56-63頁) 中的資料不包括與我們Zesty Paws品牌相關的資料。員工數量使用員工總數作為衡量標準。

二零二一年 摘要



支持社會公平發展

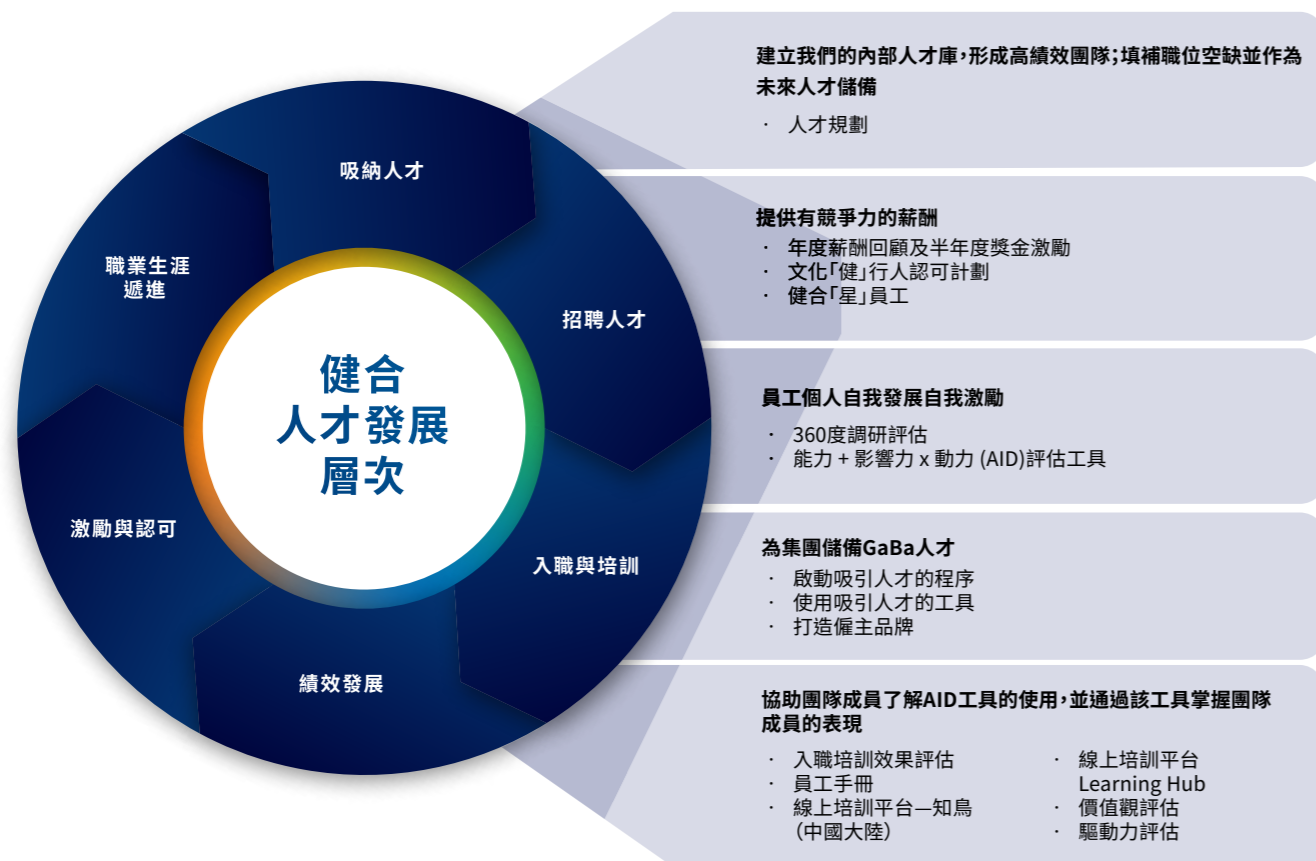
我們的健康和快樂理念始於我們業務所觸及的人—包括集團內各實體所聘用的團隊成員和供應鏈中的人員。我們認識到，我們的團隊成員是我們最重要的資產之一，保護員工的基本權益是健康及快樂的基礎。

我們於二零二零年在全球推出健全員工行為準則，於二零二一年，我們繼續在整個業務中嵌入該準則，以確保教育和與該準則的一致性。該行為準則載有全球標準，以我們的價值觀為本，由我們的行為驅動，各團隊成員每天均須遵守該準則。這份統一的準則，有助於將我們團結成一個大團隊，有助於確保我們所有地區的企業文化一致性，同時仍允許地區性的員工手冊及合約中列明適用於當地的相關信息。

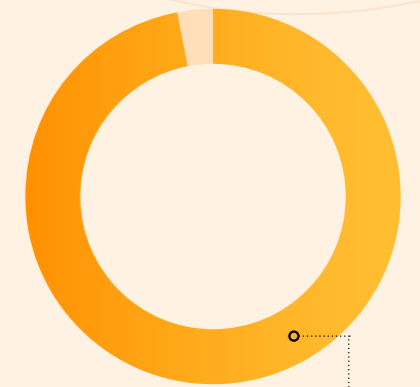
我們各地的人才與文化團隊負責管理團隊成員的工作環境、薪酬、福利及確保遵守相關法規。他們致力於促進多樣性、包容性、公平招聘、員工留任和發展。在人才發展的各個階段，我們從3大因素對團隊成員進行評估、反饋、發展、獎勵和提升我們的人才：

- **能力**—專業技術技能和經驗
- **影響力**—我們的行為方式，與我們的五個主要價值觀—「激情燃燒」、「相互相信」、「勇往直前」、「偉大的團隊」和「慶祝生活每一天」保持一致。
- **驅動力**—我們的心態和思維方式—我們鼓勵所有的團隊成員像顛覆者和像主人翁一樣思考。

這張圖顯示我們如何在健合集團援助人才的層次。



於二零二零年底，我們推出AID人才管理框架，以幫助我們評估、發展和獎勵我們的團隊成員。我們於二零二一年將其嵌入人才週期的大部分領域，並將於二零二二年繼續進行。該框架幫助我們根據能力、影響和動力這三個核心領域來評估、鎖定發展機會、潛力以及如何獎勵和認可我們的員工。沒有一個領域比其他領域更重要，其確保我們不會過多地關注一個領域，而損害其他領域。其提升我們以個性化的方式吸引、委聘及培養人才的方法。



97%
的團隊成員於二零二一年至少接受了一次績效評估。

工作環境與額外福利

集團的團隊成員屬適齡人士、自願受僱且按合理工時工作，符合當地法規標準，並於僱傭協議清楚列明。

我們為各地區的團隊成員提供許多額外的福利，包括團隊健身課程、健身房津貼、疫苗接種、健康團隊午餐和冥想課程。各個地區人才與文化團隊會為當地的團隊成員提供最佳健康福利。我們還會提供人壽保險、育兒假、退休金、醫療保健以及意外保險，這些都有助於我們的團隊成員保持健康、快樂和財務穩健。於二零二一年，集團在團隊成員健康福利上投入了1.66百萬美元。

於二零二一年，我們沒有發生與報酬、招聘和晉升、工作時間、休息時間、平等機會、多樣性、反歧視、其他福利和福祉以及國家勞動法律和標準有關的違規事件。



1.66百萬美元
用於全球範圍內的員工健康和福利活動。

健康和福利活動的例子包括線上和線下的鍛煉課程、健康的小吃和膳食、外部供應商的介紹以及一些市場的醫療健康檢查。

請注意這個數字不包括一些市場提供的醫療保險。

由於Zesty Paws於2021年10月完成併購，該數據未收納其員工情況。

人才招聘

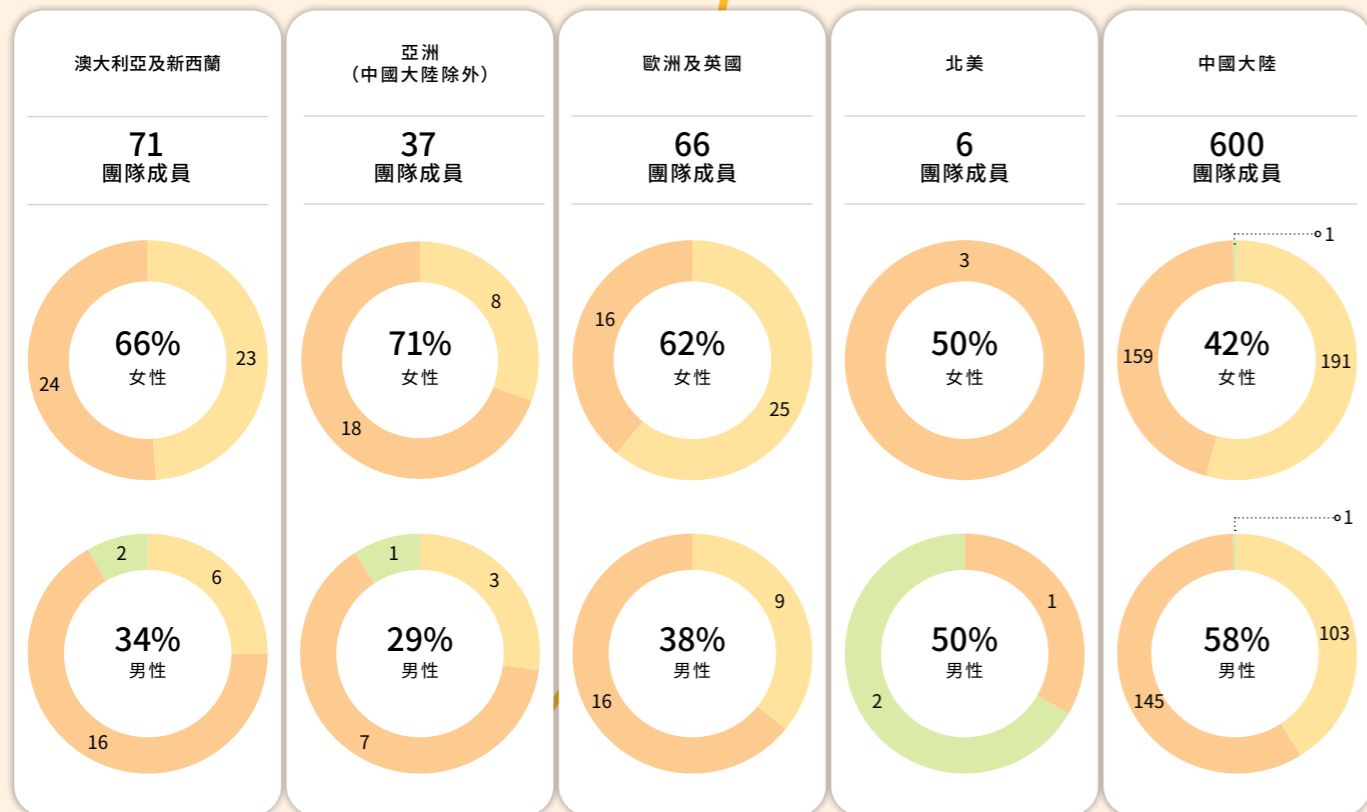
為了確保向求職者提供平等的機會，人才招聘團隊會確保對每個崗位都會對不同候選人進行面試。我們明白年齡、種族、性別、宗教信仰和身體狀況可能會導致不公平的待遇或歧視，雖然我們的團隊有意識地試圖避免這種情況，但仍然可能會存在無意識的偏見。除中國大陸外，我們所有的地區都使用LinkedIn作為主動搜索工具，進行“盲面”，以確保沒有基於個人姓名的無意識偏見，並推斷出他們的性別、國籍或種族。在二零二一年，我們招募了780名新的團隊成員。



共招聘**780名**
新團隊成員

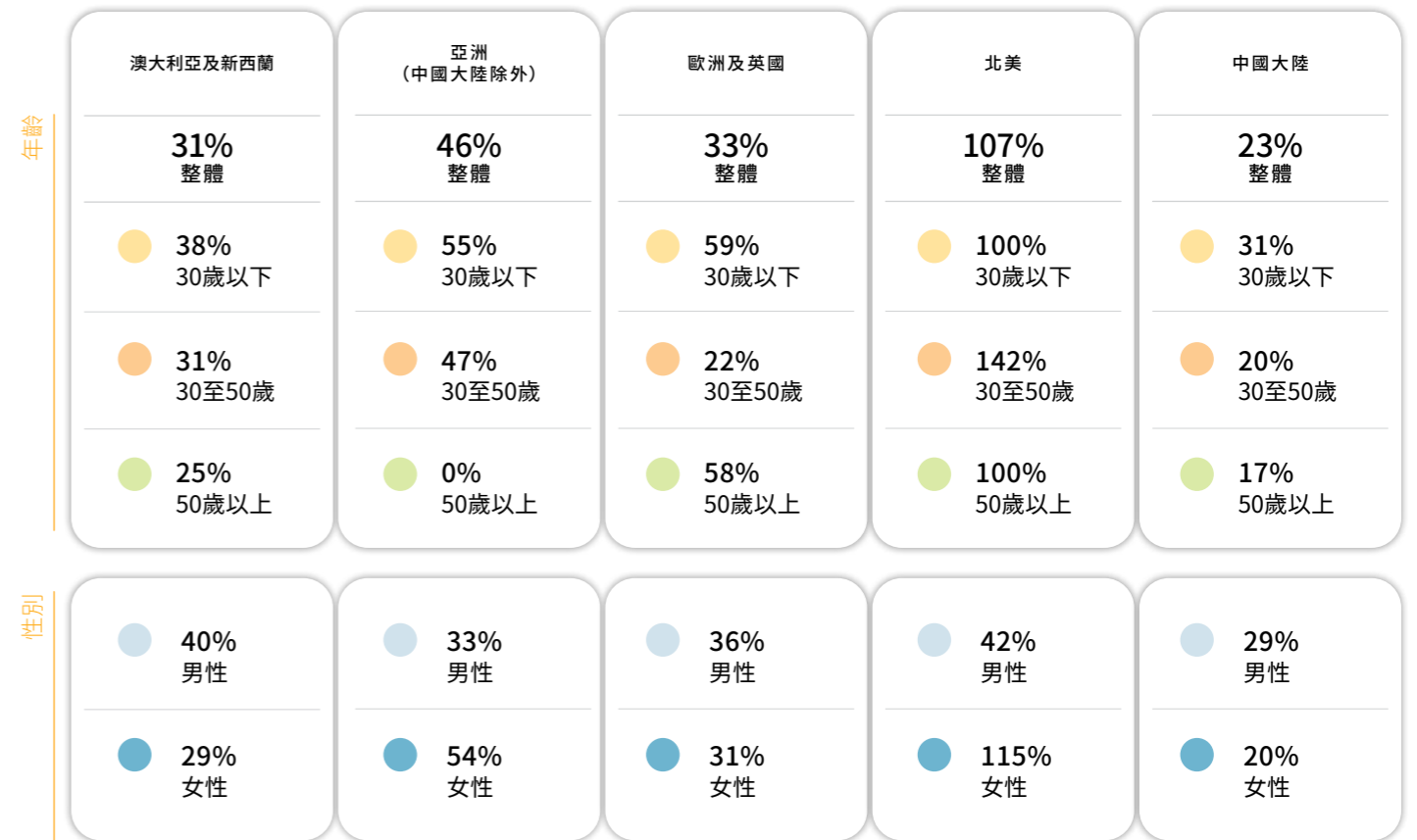
2021年招聘的新員工年齡、性別、地區分佈

● 30歲以下 ● 30至50歲 ● 50歲以上



所有團隊成員總數用“員工總數”進行測量指標

離職率



雖然離職率仍然高於預期，但五個地區中的三個地區的離職率與二零二零年的比率相比有了改善。澳大利亞和新西蘭；亞洲（中國大陸除外）；及歐洲及英國。我們已制定積極的計劃，以確保這種情況持續到二零二二年及以後。於二零二一年，除北美外，所有地區的女性團隊成員的離職率均大幅下降。在五個地區中的四個地區（均不包括中國大陸），我們男性團隊成員的離職率有所上升。北美地區的離職率是由於對該地區進行重組，以適應戰略的變化，並將重點從成人營養及護理用品轉移到寵物營養及護理用品，作為健合在該地區的主要增長機會。這一結構調整涉及到關閉加利福尼亞的一個辦事處，這也是造成高離職率的原因。

留任情況

我們監測員工留任情況，嘗試了解員工離職的原因。於二零二一年期間，由於疫情和其他宏觀因素，我們經歷了較大的業務波動和一些地區的重組，以重新調整組織結構，適應未來戰略。這導致了二零二一年的離職率為26.4%，較二零二零年的水平增加了1.4%。我們將繼續監測人員流動的情況，更頻繁地匯報，舉行深入的離職面談以得出見解，並為目標離職率設定基準。由於上述的宏觀因素，大多數市場和企業於二零二一年經歷了比平常更高的離職率。我們正在積極主動地通過利用一些發展和留任戰略來留住團隊成員。

由於Zesty Paws於2021年10月完成併購，該數據未收納其員工情況。

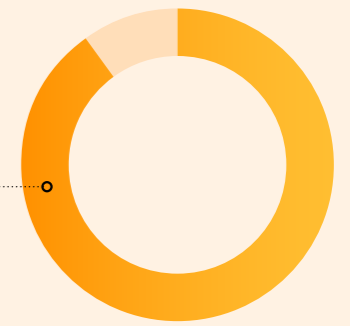


薪酬保障

我們的薪酬標準遠高於基本要求，同時會確保每位團隊成員獲得公平薪資。我們結合職級架構，持續監察各地區的人才市場待遇，從而為各職業階段和管理級別的團隊成員提供優厚的福利。集團以行業水平基準的薪金和獎金激勵和獎勵我們達到或超額完成目標的團隊成員。

每年至少對薪資進行一次回顧，並考慮到有競爭力的市場價格和個人的角色、責任和表現。然後，在高級管理人員中進行加薪，以確保一個公平和公正的過程，並根據我們的AID人才框架進行評估。

於二零二一年，法國的所有110名團隊成員（佔我們歐洲及英國地區團隊成員總數的43.7%）都受到集體談判協議的保護。



90.2%

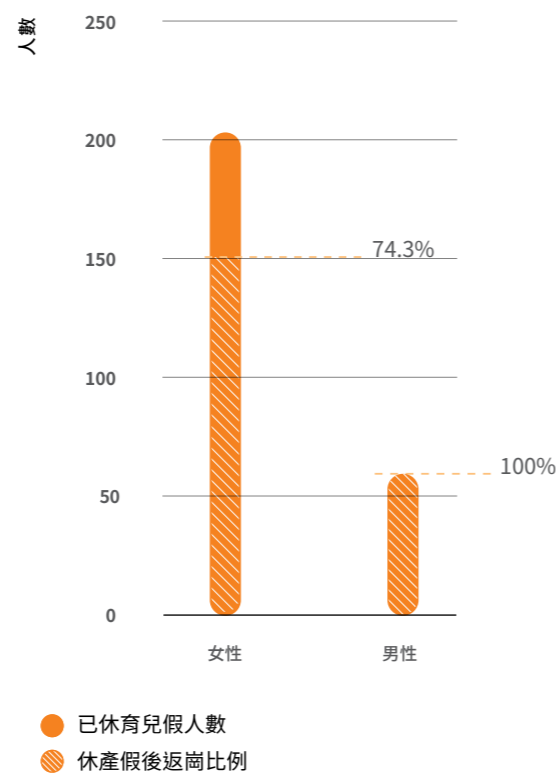
非管理層獲得獎金及分紅

在中國大陸，我們85%的團隊成員受到工會的保護（但並非專門的集體談判安排）。在其他地區，我們沒有根據集體談判安排僱用團隊成員。於二零二一年期間，90.2%的團隊成員獲得獎金。

與二零二零年期間97%的團隊成員獲得獎金相比，這一比例較低，原因是二零二一年企業面臨的宏觀因素具有挑戰性。

產假

我們採用產假及返崗率來衡量現集團支持家長撫養家庭的程度。我們的業務提倡各年齡層的健康，並重點關注嬰兒營養及護理，所以我們內部更要做到言行一致，讓團隊的父母有機會休假並在返崗後職涯發展不受影響。我們所有的團隊成員都有資格享受產假，儘管各地區的資格標準和金額有所不同。在我們所在的五個地區中，其中兩個地區—澳大利亞和新西蘭以及歐洲／英國提供超出法規要求的額外的帶薪假或財政支持。我們也認識到這一方式體現了我們於整個業務中支持性別平等。



由於Zesty Paws於2021年10月完成併購，該數據未收納其員工情況。

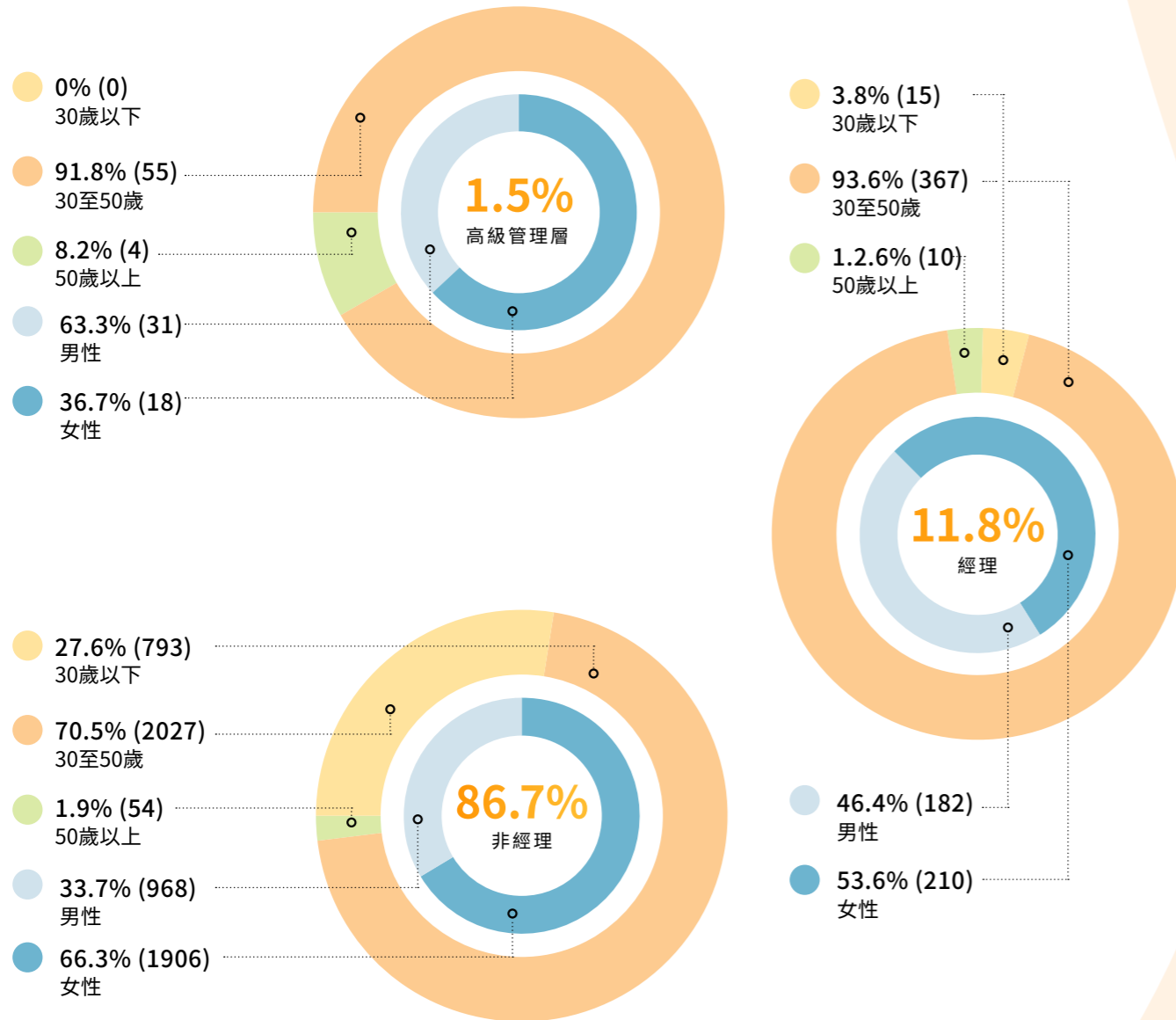


多元化、公平和包容性

推動多元化、公平和包容的文化一直很重要，但近年來已成為本集團的更關鍵焦點。澳大利亞和新西蘭地區一直處於領先地位，建立了一個由熱情的團隊成員組成的委員會，以支持我們在這個領域的進展。這個委員會被稱為「CLEW」，意思是「Celebrate Life Every Way (以各種方式慶祝生活)」，與我們的核心價值「Celebrate Life Every Day (慶祝生活每一天)」有關。CLEW由26名團隊成員組成，他們自願幫助促進我們的多元和文化融合(D&I)文化。該團隊專注於六個次級支柱，每個支柱都有一個改進的戰略和路線圖。澳大利亞和新西蘭將與所有其他地區分享他們的學習成果，我們將於二零二二年為所有地區建立一個D&I方法和焦點。這些將根據當地市場量身定制，以確保相關性。

按級別、年齡段和性別劃分的團隊成員

數字按報告期末人數計算



職業健康與安全

二零二零年，集團的《健康與安全政策》已在全球所有的運營場所實施，覆蓋100%的團隊成員。該政策涵蓋如何管理工作場所的健康或安全風險，以及如何記錄和管理事故等內容。

我們很自豪地報告，在整個集團內，我們於二零二一年沒有發生不遵守有關提供安全工作環境和保護員工免受職業危害的相關法律和法規的事件。

在二零二一年我們的一個工廠發生了兩項工傷事故，造成了50個工作日的損失。自我們二零一七年報告以來，健合集團沒有發生過死亡事故。

2021 安全狀況

- 沒有死亡報告
- 兩項工傷，共造成50天的工作日損失
- 沒有因工作環境引起的急性、復發性或慢性健康問題
- 沒有發生不遵守有關安全工作環境及／或保護團隊成員免受職業危害的法律和法規的事件
- 澳大利亞和新西蘭、中國大陸和新加坡的健康與安全委員會
- 澳大利亞和新西蘭以及中國大陸的團隊成員100%接受了職業健康和安全(OH&S)方面的培訓。

現代奴隸制

健合有一份《反對現代奴隸制聲明》，我們每年都會回顧及更新。本聲明涵蓋健合集團及我們在全球的運營實體。該聲明概述我們為減少整個業務中出現現代奴隸制的可能性而採取的行動，例如(但不限於)識別重大風險和主題；推出和推廣我們的《供應商行為守則》(其中包括關於我們於權益及自由選擇就業方面的立場的部分)；實施對我們的直接供應商進行盡職調查的正式程序；以及推行我們的B Corp認證之旅。我們的供應商必須在供應關係開始時簽署《供應商行為守則》，並遵守其中的準則，以繼續與我們合作。我們二零二一年的反對現代奴隸制聲明可在此查閱。

在澳大利亞和新西蘭，我們的職業健康與安全培訓涵蓋了與工作類型相關的方面。例如，對於辦公室和在家工作的團隊成員，這包括參觀辦公室，包括消防通道，發生火災時該如何處理，以及誰是我們的消防管理員和急救培訓師(每層樓都有海報，上面有這些團隊成員和他們的聯繫方式)。對於在家工作的員工(或該等混合工作的員工)，這包括如何確保符合人體工程學的設置以及如何報告健康和風險。

對於我們的銷售現場團隊，他們接受專門的汽車駕駛和在路上的培訓，這由專門的培訓機構提供。對於我們在包裝工廠現場的團隊，這包括針對現場的培訓，可能包括基於工作的駕駛和管理設備(如叉車)的培訓。我們的澳大利亞和新西蘭團隊中亦有心理健康急救員，隨時準備在需要時為我們的團隊成員提供支持。

健康和福祉，以支持我們團隊成員保持健康生活

在健合，我們為所有團隊成員提供機會，慶祝和分享健康對彼此的意義，因為其是本公司文化的一個非常重要部分。我們不僅要確保消費者和客戶的健康和快樂，亦要確保團隊成員的健康和快樂。

六月的第二週，所有健合團隊成員慶祝健康週。這一週為我們提供每天參加一項健康活動的機會，這是一個集團層面的運動目標，有安慰心靈的音樂、團隊成員分享的美味和營養食譜、全球範圍的訓練，以及滋養和支持身體、生態系統和社區的技巧和建議。每項活動都將我們健康的三大支柱之一——營養、運動和正念——帶入生活。健康週是一個偉大的倡議，使所有團隊成員變得更加健康和快樂，並鼓勵我們參與，並將活動納入健康週和其他活動。



澳大利亞和新西蘭的健康工作小組倡議

健合工作場所健康的一個基本部分在於我們的核心價值觀。我們努力提供一個安全和健康的工作環境。我們的價值觀「相互信任」和「勇往直前」鼓勵團隊成員提出挑戰和關切，我們希望領導和經理能夠迅速和適當地作出反應，提供支持和解決方案。

我們的地區採取不同的方法來提供支持心理和身體健康的工作環境。例如，於二零二一年中，我們的澳大利亞團隊建立了一個「健康工作小組」的整體工作場所健康倡議。其願景是讓團隊成員每天都能在一個安全和健康的環境中做最真實的自己。這鼓勵團隊成員照顧他們的身體和精神健康和福祉。

工作小組採用一個名為「Thrive at Work (於工作中茁壯成長)」的框架，這是由科廷大學 (Curtin University) 未來工作研究所 (Future of Work Institute) 開發的工作場所福祉模型，其中包含了世界領先的工作設計和員工福祉專家的意見。利用這個「在工作中茁壯成長」的框架作為指導原則，工作小組制定了四個支柱，將福祉作為一個連續的過程，

以獲得健康、保持健康和茁壯成長。這四大支柱旨在於團隊成員的職業和健康生活每個階段支持團隊成員：

- **精神上的復原力**：支持團隊成員的心理復原力
- **健康的關係**：建立積極和健康的關係
- **安全和保障**：確保健合是一個安全的組織
- **體能最佳**：支持團隊成員保持身體健康。

每個支柱都由一個包括澳大利亞和新西蘭團隊各部門的分組支持。每個小組／支柱為所有團隊成員提供支持、培訓、信息和指導，以提供預防性的健康倡議和信息。團隊成員可就任何挑戰或可能造成傷害或健康不良的情況向該工作小組尋求建議和支持。

於二零二一年，工作小組亦鼓勵團隊成員確定並分享任何具體的關注領域，包括通過對所有澳大利亞和新西蘭團隊成員的全面調查，並向管理層匯報。

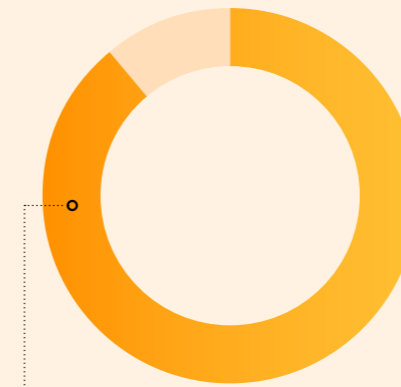
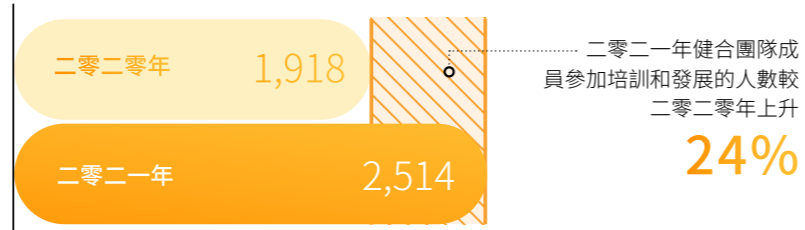
由於Zesty Paws於2021年10月完成併購，該數據未收納其員工情況。

培訓及發展

我們通過內部及外部課程為團隊成員提供培訓和發展機會，包括領導力、多元化、文化和技術培訓。一些關鍵的要點包括：

2,514

名團隊成員於二零二一年進行了培訓和發展，而二零二零年為1,918名。



88.92%

團隊成員對培訓和發展的整體滿意度 (二零二零年為85.67%)。

於疫情期間，我們須調整我們的培訓和發展計劃，並以虛擬方式進行大部分的培訓課程，因此很高興看到滿意度的上升。

*滿意度按加權平均數計算，以提供真實和準確的表述



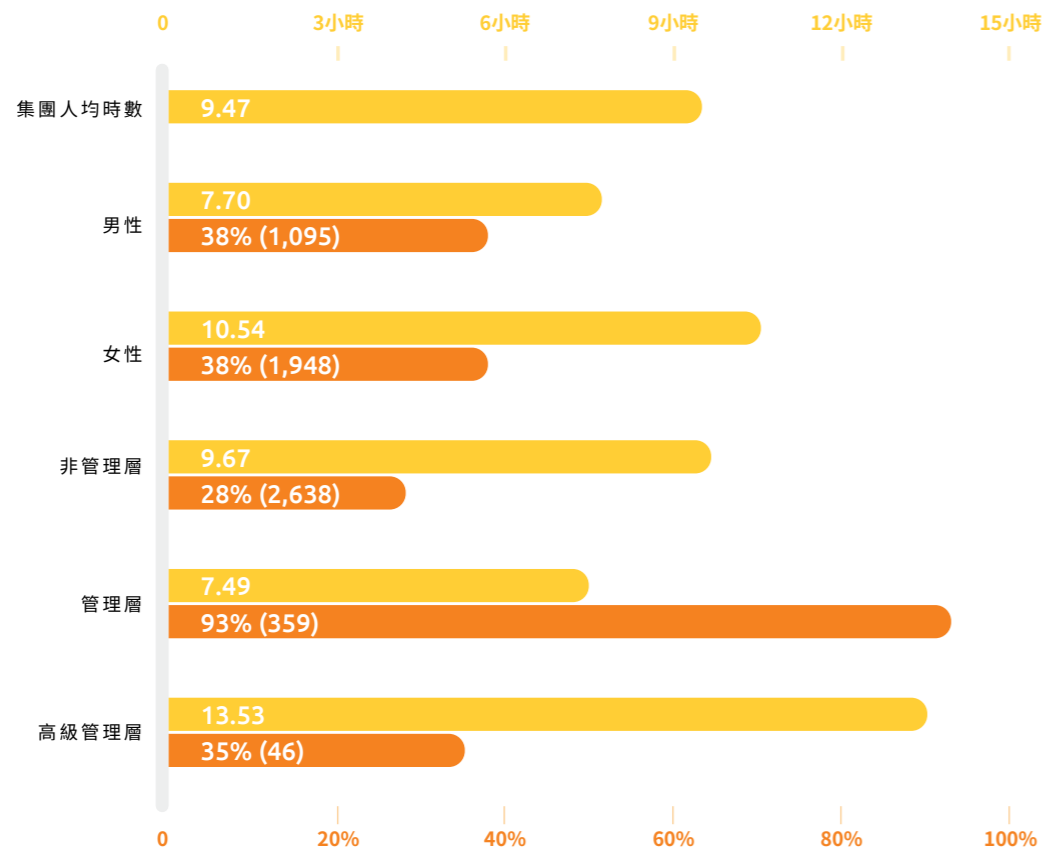
32,290小時
整個集團進行培訓和發展的總時數

於二零二一年，整個集團進行的培訓和發展的總時數為32,290小時，而二零二零年為31,524小時。

這些增長表明我們對團隊的成長和發展的持續承諾。我們也認識到，職業機會和發展是留住人才的關鍵戰略，因此這一專注點將於二零二二年繼續。

二零二一年按類別劃分的培訓和發展：

- 培訓和發展的平均時數
- 接受培訓和發展的團隊成員的百分比和數量



請注意，由於收集此資訊時間有限，「接受培訓和發展的團隊成員的百分比和數量」資料不包括歐洲和美國的團隊成員 (占全球總成員的8.2%) 數據。





打擊潛在的舞弊和腐敗

反舞弊和反腐败政策

健合集團嚴格遵守關於反腐敗、誠信及商業道德的法律和法規。於二零二一年，我們創建並向各級團隊成員以及所有供應商和商業夥伴傳播了「集團反舞弊政策」和「舉報人保護政策」。在此之前，我們在中國、澳大利亞和新西蘭制定了相關地區性政策。所有政策都明確傳達了我們對任何類型的舞弊或腐敗的一貫零容忍態度。我們的反舞弊政策規定，集團及其所有員工有責任防止任何舞弊行為，包括但不限於賄賂行為（如索取／接受不當的商業利益）、無視利益衝突、貪污及／或挪用公司資產。該政策明確規定了公司進行反舞弊調查的權力，誠信舉報的原則，以及保護舉報人機制。

我們的舉報人保護政策概述了所有團隊成員和業務夥伴（包括我們的供應鏈）可用的多種舉報渠道。其亦概述了我們保護舉報人的措施，以鼓勵該等善意的報告，而不必擔心任何報復或打擊。

內部審計職能的獨立作用

我們在反舞弊管理方面採用了三道防線機制。本集團的內部審計職能部門在協調和進行舞弊調查中起到第三道防線的獨立作用。這個團隊直接向董事會的審計委員會和本集團的高級管理層團隊彙報，以致他們在打擊任何潛在的舞弊或貪污時可不受任何干擾。

與董事會審核委員會的反舞弊和反腐败交流

我們的內部審計職能部門每半年與健合集團董事會審核委員會和健合高級管理團隊舉行一次會議，審閱其審計和反舞弊及反腐败工作。該團隊亦每季度並於必要時向審核委員會報告本集團的反舞弊和反腐败表現。這種持續的溝通確保審核委員會能夠有效地監督本集團的執行。倘有任何重大的舞弊或腐敗案件，審核委員會再向整個董事會報告。

反舞弊和反腐败的交流和培訓

我們非常重視提高團隊成員對反舞弊和反腐败措施的瞭解和意識，並採用多種方式提供培訓。我們對新團隊成員的入職培訓包括專門和深入的主題，這些主題清楚地說明了我們的舉報渠道和我們對防止舞弊和腐敗的規定。

於二零二一年，本集團風險管理部門發起了一項「年度合規培訓計劃」。該計劃首先在中國大陸推出，包括系統的培訓和測試，涵蓋廣泛的主題，包括但不限於員工行為準則、財務合規、反壟斷、信息安全、內幕信息和證券交易，以及利益衝突。截至二零二一年九月底，中國大陸超過99%的團隊成員已完成全部培訓，並確認他們符合我們的合規要求。我們目前正在歐洲各辦事處推廣該計劃，並期望團隊成員於二零二二年四月前完成該計劃。

之後，我們會於明年在澳大利亞和新西蘭、北美以及亞洲地區實施該計劃。

我們期望董事遵守高標準的專業和道德行為。作為我們企業管治實踐的一部分，他們在獲委任時接受了關於其受信義務和責任的專門培訓，並持續接受培訓。他們亦定期獲告知和更新董事的職責，包括反腐败事項。

我們的內部審計部門每季度對中國大陸進行審計，中國大陸是我們最大的市場。這些基於風險的抽樣測試涵蓋了各種費用報銷、員工的利益衝突申報、合約訂立過程和其他與舞弊風險有關的領域。然後，該團隊會將結果和發現的任何控制薄弱環節分享給中國大陸的所有團隊成員，以提醒他們注意這些問題。

我們致力於使健合成為一個公平和透明的工作場所。為了繼續促進這一點，我們的健合「供應商行為準則」提升倡導合規和誠信的價值觀，並概述了我們的供應商反腐败和反洗錢原則。此外，有關我們舉報渠道的信息每半年通過電郵及／或合約的附件傳達給我們所有的供應商和商業夥伴，以確保他們適當收存。

根據我們的政策，當任何舞弊行為被證實時，相關團隊成員或當事人將受到適當的紀律處分。我們亦於內部公佈案例概要，以提高我們團隊成員的反舞弊知識和意識。



完善企業管治

我們在作決定時考慮所有利益相關者，最終實現我們的目的，使人們更健康、更快樂。

我們以堅定的原則行事，並建立結構、程序和監測系統，努力實現可持續的未來。我們監測並減輕風險，抓住支持我們使命的機會。

我們坦誠分享與公司業

績有關的信息。



反舞弊及舉報系統

我們的反舞弊及舉報平台「HH Speak Up」自二零一九年推出以來，一直運行良好。這個平台由外部供應商德勤管理，以保證匿名舉報的保密性，並防止任何交談對話被扭曲。該平台通過多種舉報渠道——如官方網站、電話和電郵聯繫方式，向各地區的所有團隊成員、供應商和零售商全天候開放。收到報告後，報告會被歸檔，並立即開始調查。

「HH Speak Up」舉報平台、有關制度及培訓，構成了公司完整的反舞弊實踐和基礎體系。

於二零二一年，有33宗案件通過包括「HH Speak Up」在內的舉報渠道向本集團的內部審計部門舉報。所有案件都得到了調查，十七名員工因違反本集團的規則和政策而被解僱。一名團隊成員由於挪用公司資產而被移交給警方。同時，我們就五宗案件尋求外部顧問的支持，極大推動了有關調查的進展。

風險管理

我們的風險管理遵循「集團風險管理框架」所明確規定的三道防線模式。這個框架適用於健合集團的所有團隊成員和實體，並劃分了各方在風險管理和控制環境方面的問責及責任。

我們非常重視有效的風險管理。集團設有「集團風險管理框架」，作為我們風險管理實踐的指導原則，其呼應了美國反虛假財務報告委員會下屬的發起人委員會(COSO)發佈的原則。

該框架規定了組織結構、角色和責任、年度和日常風險評估過程。這旨在不斷改善本集團的風險管理和內部合規系統。

我們的風險管理職能部門每半年進行一次企業風險評估，涵蓋本集團內的每一個地區和職能部門。然後向董事會、審核委員會和管理層報告整體的風險概況，以支持他們的戰略決策。

政府事務

集團的公共事務團隊於二零二一年負責與政府部門、政策制定者和行業協會進行交流，保持適當的政府關係，包括參與行業論壇和活動。這旨在加強我們的政府關係，並將公司定位為在一系列重要行業發展問題上值得信賴的行業領導者。我們的股權架構中沒有任何政府實體。健合集團於二零二一年沒有作出任何財政或實物的政治貢獻。

隱私

健合集團的所有品牌均遵守其運營所在市場的隱私法律規定。舉例而言，於二零二一年，集團遵守歐盟《通用數據保護規範 (General Data Protection Regulation, GDPR)》、澳大利亞的《私隱法案 (Privacy Act)》、中國香港特別行政區的《個人資料 (私隱) 條例》、中華人民共和國的《個人信息保護法》、美國的《加州消費者隱私法 (California Consumer Privacy Act)》(CCPA) 以及印度的《個人資料保護法案 (Personal Data Protection Bill)》。我們於整個信息安全系統中遵循「基於設計和默認的隱私保護和安全控制」原則，以保證個人隱私安全。

集團在各市場持續實施《健合集團隱私數據洩漏處理流程》及《健合集團隱私影響評估流程》以更好地應對隱私權相關的挑戰。我們設有特定的消費者數據保護及隱私政策，並部署信息安全管理體系或類似系統，以防止違規行為及處理事故。例子包括：我們的中國團隊定期進行信息安全意識培訓、全球風險評估，並測試主要業務流程及系統對安全性漏洞的防衛；在澳大利亞，我們在收集數據時首先確保客戶同意明確的條款及條件。

在全球範圍內，我們於二零二一年並無發生與隱私事宜有關的違規事件。我們沒有發現任何洩漏、盜竊或丟失客戶數據的情況。

知識產權

我們擁有集團內集中的知識產權及商標記錄冊，由本集團的法務部協同外部律師事務所管理。該流程處理知識產權糾紛和其他知識產權相關挑戰。

各品牌還會監察市場是否出現侵犯當地知識產權和商標的情況，並及時向當地法律部門匯報事宜。我們在各地區並無涉及知識產權的不合規事件。我們亦設有集團產品信息數據庫，以便安全地儲存及使用旗下品牌及產品類別的機密產品資料。

稅務透明聲明

健合集團支持稅務透明，確保在我們運營的眾多稅收管轄區中建立信任。

集團主動的稅務策略。我們進行長期的稅務規劃，旨在提高可持續性和股東價值，同時充分考慮所有相關稅務法律和法規。該等原則受集團《稅務風險管理政策》（下稱“該政策”）規管。

該政策經健合集團董事會批准，涵蓋以下範疇：

- 稅務策略
- 稅務管治原則
- 稅務風險偏好
- 稅務風險管理。

該政策每年進行檢視，並由集團授權、得到集團風險管理政策及集團轉移定價政策的支持。

實際稅率

實際稅率為一種會計概念，其反映特定年度溢利的應計所得稅。由於時間上的差異，其與該年度的實際應付所得稅有所不同，而收入及開支確認的時間就會計及稅務而言有所不同。

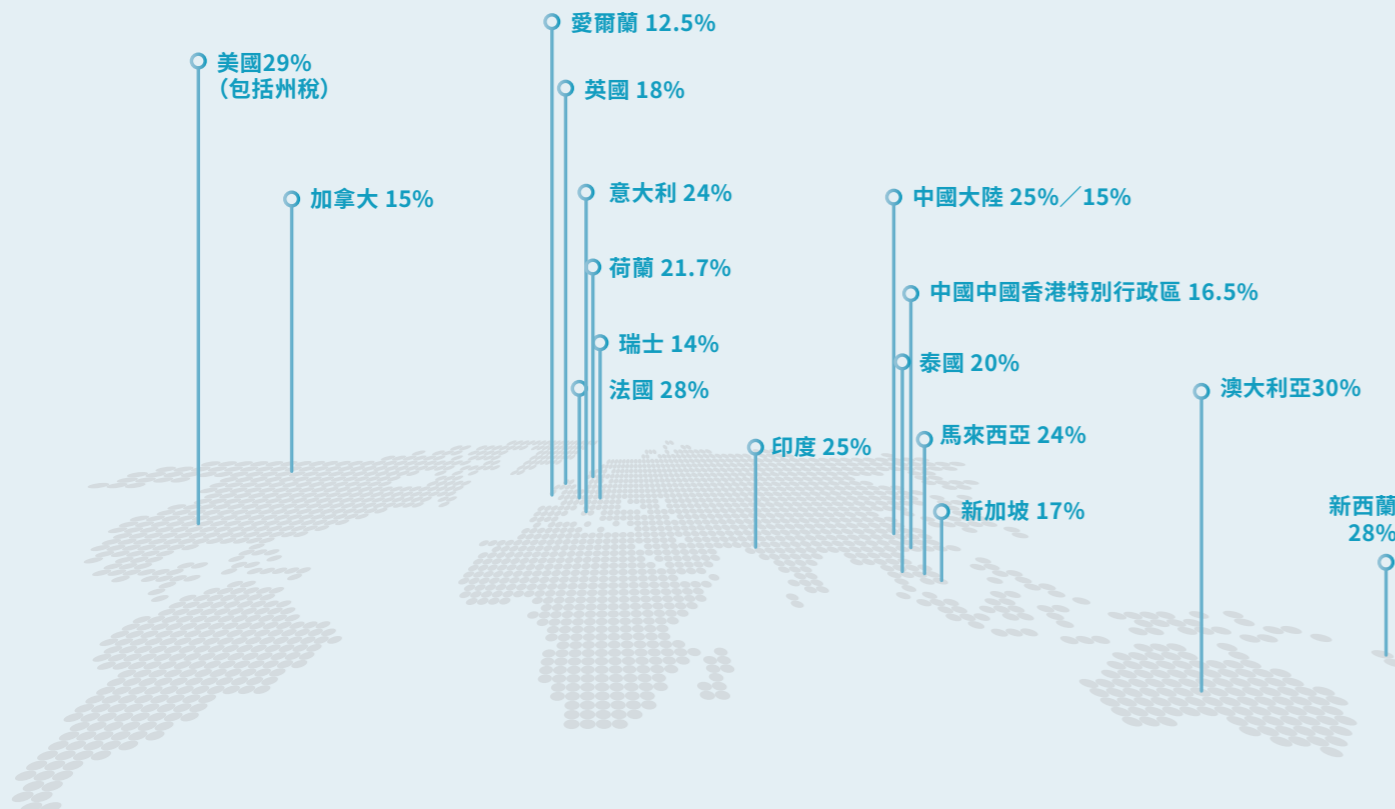
健合集團於二零二一財年的實際稅率（即會計所得稅開支，以佔除稅前溢利的百分比列示）為 40.2%，反映在：

- 不可扣稅開支
- 未確認的稅項虧損
- 地區稅率差異
- 稅收優惠。

稅務貢獻分佈

健合集團在許多國家開展業務，作為一個企業納稅人，我們對業務所在地區的經濟做出了貢獻。本集團已付稅項分佈反映了我們業務的地理分佈。

合集團運營的公司於二零二一年的企業所得稅稅率為：



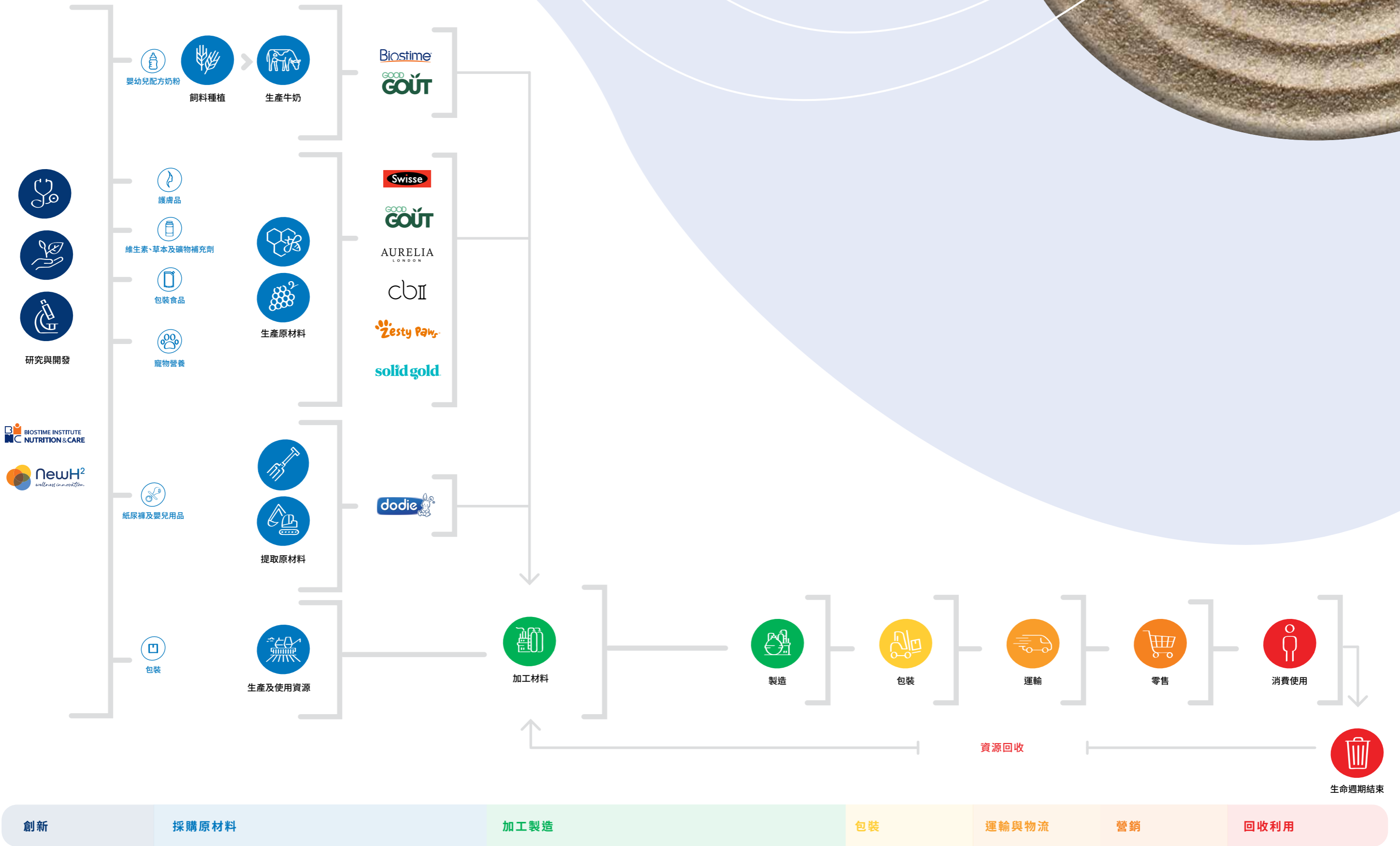
公司為香港稅務居民。主要附屬公司於二零二一財年的年報披露。

所有的關聯方交易均按經濟合作與發展組織 (OECD) 規定的公平方法進行—按一般市場價格及正常的商業條款，並符合全球轉讓定價法律。

於二零二一財年期間，健合集團相關實體之間的主要業務往來涉及：

- 製成品的銷售
- 為短期或周轉資金需求和投資提供資金或貸款
- 許可健合擁有的品牌名稱、商標和其他知識產權的使用
- 派付及收取股息
- 提供合約研發服務
- 提供增值服務

我們的價值鏈



我們的價值鏈

創新

健合集團致力於成為全球高端營養及健康產業的領導者。產品創新是實現這一願景的核心，因此我們專注於為客戶提供優質的產品，助力消費者的健康旅程。我們採用創新配方、新成分和顛覆性技術，通過定制的產品組合，提供以科學驗證為基礎的產品，涵蓋整個家庭生命週期，從嬰兒到成人及寵物營養與護理。

於二零二一年，我們深深紮根於我們的健合三大健康支柱：營養、運動和正念，深化和加強本集團的創新戰略。我們重新審視了我們希望為消費者帶來的利益，針對消費者從受孕前到健康長壽的整個生命週期，對我們的業務類別中相對應的產品進行了調整，並定義集團內各個類別中創新的三個主要推動因素為：消費者體驗；個性化；及自然性和可持續性。這一更新的創新戰略為我們的業務，特別是我們的研發團隊和合作夥伴提供了一個清晰的新項目、新產品和可持續業務增長的框架。

新產品要點

按類別劃分的新產品

 嬰幼兒配方奶粉	29	二零二零年為3款
 補充品產品	73	二零二零年為65款
 護膚產品	33	二零二零年為21款
 嬰幼兒用品	23	二零二零年為41款
 包裝食品	27	二零二零年為21款
 寵物營養	37	二零二零年為0款*

整個集團
於二零二一年推出
222 款新產品

*附註：我們於二零二零年底收購我們的首個PNC品牌Solid Gold，並於二零二一年十月收購Zesty Paws。因此，我們於二零二零年沒有記錄健合創造了這個類別的新產品。這也反映了產品從二零二零年的0款增加至二零二一年的37款。

嬰幼兒營養及護理用品



BIOSTIME合生元® 2'-FL HMO PROBOOST + VIT D

我們的Biostime合生元品牌於二零二一年推出澳大利亞首個上市的HMO補充劑。根據我們支持「The story of good health (提升健康意識)」的承諾，Biostime合生元® 2'-FL HMO ProBoost + Vit D具有2'-FL HMO。這是一種於母乳中大量存在的母乳寡糖，可作為益生菌，支持免疫系統的發展，鞏固了Biostime合生元作為免疫和微生物組健康專家的地位。

在法國，有機嬰兒奶粉配方支持減少甲烷排放

Biostime合生元 France於二零二一年推出有機山羊嬰兒奶粉系列，支持我們減少對地球影響的承諾。山羊生產一升牛奶所排放的甲烷比奶牛少六倍。該配方提供了最佳的營養成分，包括SN2以及益生元和益生菌。這種創新的產品反映了Biostime合生元作為法國藥店中第一大有機嬰兒配方奶粉品牌的地位，於二零二一年十一月，其市場份額為40.3% (資料來源：Gers)。



DODIE杜迪紙尿褲現已推出環保型產品

於二零二一年初，我們的Dodie杜迪品牌推出了其首個生態和嬰兒友好型紙尿褲系列。該等紙尿褲在法國生產，並使用100%天然來源的材料。外包裝由80%的回收塑料製成。



成人營養及護理用品

SWISSE EARTH系列

Swisse Earth—一個經過認證的道德、負責任和擁有可持續來源的維生素和補充劑系列，該系列於二零二一年十二月在澳大利亞推出。其具有清潔、無害和以植物為基礎的配方，並使用可回收和可循環的包裝。

該系列包括四種優質的混合粉劑。該等配方含有滋養、本地和可持續來源的成分，在地球上輕而易舉獲得。

Swisse Earth系列有意識地採用了使用以生物為基礎的材料的部件進行包裝。主要包裝包括一個由70%的再生紙製成的罐子，可完全回收利用。有關Swisse Earth系列的更多詳情，請見「消費者參與」一節。



AURELIA LONDON 眼部調理和睫毛清潔安撫液

Aurelia London推出了一款清潔面乳，其中含有古老的印加瑪卡根提取物，可刺激睫毛毛囊，支持最佳的營養吸收，並被證明可提高厚度和提高增長。



SWISSE軟糖

於二零二一年，我們的Swisse斯維詩品牌推出了可咀嚼軟糖形式的營養補充劑。我們科學配製的軟糖產品不含任何添加糖，只有天然顏色、味道和甜味劑。我們的Swisse斯維詩兒童軟糖為99.9%無糖，我們的Swisse斯維詩成人軟糖為99%無糖。

於開發該等產品之前，我們了解到了關於「tablet fatigue (平板電腦疲勞)」的軼事反饋，且通過我們的市場研究和全球趨勢數據可看到，消費者正在越來越多地尋求新的體驗形式。這對年輕的消費者而言尤其如此，他們在照顧自己的健康時正在尋找一種參與性的體驗，同時也在尋求從內到外的美麗支持。

我們看到軟糖的一個主要好處是，倘兒童和成人喜歡服用軟糖，他們更有可能定期食用。兒童的情況尤其如此，他們更有可能消費具有健康益處的產品，例如為他們的日常免疫和健康成長提供支持。對於成年人而言，倘軟糖能夠無縫地融入他們的生活方式—例如，在他們的工作桌上或家裡的客廳放一罐軟糖—這是一種既方便又美味的方式，可幫助消費者根據需要獲得補充。



支持消費者和環境的植物基產品

SWISSE BEAUTY VEGAN COLLAGEN BUILDER

雖然我們Swisse斯維詩系列中的一些現有產品已為植物基礎及/或素食，但於二零二一年，我們決定專注於創建一個更廣泛針對東南亞市場的創新產品系列。我們預計，整個東南亞地區消費者對可持續發展的興趣激增，將刺激對有關營養補充劑的需求。

這涉及到將我們業務的多個職能領域結合起來，例如我們的產品開發及研發（健合研究）團隊、營銷、可持續發展以及商業領導。我們還將關鍵績效指標納入我們的業務部門增長戰略中，以確保我們能夠達成目標。

於二零二一年，我們推出這個素食系列的首個產品—Swisse Beauty Vegan Collagen Builder。

該產品是一種優質配方，支持皮膚修復、再生和膠原蛋白形成。主要成分包括維生素C、煙酰胺、維生素E和鋅，以及脯氨酸、賴氨酸和甘氨酸，它們都是膠原蛋白的基本構成部分。眾所周知，膠原蛋白是皮膚真皮層中的一種主要蛋白質，老化的最初跡象發生於皮膚真皮層。

我們最初於澳大利亞和新加坡推出，並準備於二零二二年在該地區的其他市場推出。我們還計劃於二零二二年推出更廣泛的素食補充劑，瞄準其他特定的消費者健康和美容需求。



GOOD GOÛT的植物基產品組合： 拓展嬰幼兒味覺的好方法

Good Goût對消費者和環境的考慮是其產品系列的核心。該品牌擁有廣泛的植物基產品，從以美味植物基烹調法製成的膳食，到含有牛奶替代品的甜點、酸奶和飲料，均一應俱全。

這些美味的替代品背後的道理不僅是為了讓家庭更容易接受靈活的生活方式，而且也是為了通過發現新的口味和味道來擴大嬰兒的味覺。



GOOD GOÛT'S 'BISCUITS DU BOULANGER': 反對浪費餅乾

我們的優質兒童營養品品牌Good Goût，最近推出了一種名為「Biscuits du Boulanger」的新產品，其中含有回收的麵包。

這些麵包是從Good Goût在法國的製造廠周圍的當地企業收集，這些麵包若沒有賣出去，則會被扔掉。於收集的當天就將其粉碎，轉化為麵粉，然後納入Good Goût的配方中—總共使用了18%的回收有機麵包。

「這些反對浪費餅乾不含棕櫚油，採用可回收的包裝。」

Good Goût於2020年取得B Corp的地位，且於法國獲正式認可為「Entreprise à Mission」。



寵物營養及護理用品

為健康寵物提供的營養

我們的貓和狗也應該過健康和快樂的生活，Solid Gold素力高品牌於二零二一年推出，由血漿賦能的優質營養產品系列。這個NutrientBoost™系列改善了消化和營養吸收，其蛋白質含量高的血漿富含必需的礦物質、氨基酸和抗體。



研究與開發

於二零二一年，我們成立一支新的多元化研發領導團隊，以我們在各地區的人才和經驗為基礎，結合來自營養和消費者健康行業在科學、創新和質量方面經驗豐富的新領導人。該領導團隊現在由14名團隊成員組成，涵蓋研究與創新、轉化科學、產品與技術開發、質量與監管等領域——他們代表8個國家，女性和男性的比例為43%:57%。

我們對新成立的健合研究機構進行了結構調整，以最大限度地提高我們各職能部門、類別和地區之間的合作，並為健合建立一個新的全球研發團隊，貼近所有的主要市場。本集團的兩個研究與創新中心分別設在中國大陸和愛爾蘭/歐盟。同時，已加強在澳大利亞和瑞士的轉化科學團隊，以及在中國大陸、澳大利亞、歐洲和美國的區域創新和產品開發中心。



健合研究是新成立的全球研發機構，代表了健合集團所有的科學家、技術員、質量、監管和創新專業人士。其為健合集團內部的創新提供動力，並為我們品牌組合的創新產品系列賦能。

其推動研究和創新、新產品和技術的發展，將成分的科學、其感官和健康效果轉化為新的配方、格式和包裝，同時確保符合法規和保證質量。這使本集團能夠在整個生命週期內持續向人類和寵物消費者提供嶄新和令人興奮的優質科學產品。



為健合研究建立全球足跡

我們在中國大陸和愛爾蘭有研究與創新中心，在澳大利亞和瑞士有轉化科學團隊，在中國大陸、澳大利亞、法國和美國有區域產品開發中心。」



通過這些團隊和強化的創新戰略，我們已顯著擴展新產品開發 (NPD) 和創新產品系列的研究，以擴大我們對更多消費者的影響，推動產品差異化和消費者體驗，提高我們的自然性和可持續性認證，並使我們能夠獲得短期、中期和長期業務增長。

我們的研究與創新和科學團隊繼續致力於一些突破性的研究，為我們各地區和產品類別的創新產品系列賦能，包括：

- 先進的臨床前模型，有助於識別成分和成分組合，以開發下一代針對提高免疫、消化、健康長壽、活動能力和美容的產品
- 基因測序剖析腸道微生物組、母乳微生物組和皮膚微生物組的組成
- 探索不同的生物製劑 (pre-, pro-, syn-及post-biotics) 概念，可為消費者帶來良好的腸道健康功能、微生物相互作用和腸道軸
- 開發HMO組合，應用於嬰兒和兒童補充劑產品
- 嬰兒配方天然脂肪混合物和蛋白質營養質量的調查試驗和整體配方優
- 對旨在支持患有尿道感染、受骨關節炎、高膽固醇、神經認知功能和情緒困擾的消費者的健康結果的配方進行人體研究
- 開發新的可持續包裝概念，以減少原生塑料的使用，提高可回收性，並設計全新的可再生包裝方案。

我們加強了我們的研究項目和夥伴關係，以減少我們的成分、工藝和最終產品對環境的影響。例如，評估以植物和藻類為基礎的成分和發酵衍生的成分，作為化學合成或動物衍生成分的替代品。這些機會指導我們的植物基和可持續發展戰略和創新項目，並刺激研究和共同開發的夥伴關係，這將帶來更創新和可持續的產品組合。

積極與科學界合作

T為了讓更多的科學界人士參與，我們的健合研究代表參加了一些在兒科營養、微生物組和孕產婦健康方面的高調國際會議，並特別關注早期腸道定植問題。例如：二零二一年九月健合集團參與了在羅馬舉行的「Probiotics, prebiotics new foods, nutraceuticals and botanicals for nutrition and human and microbiota health (用於營養和人類及微生物群健康的益生菌、益生元新食品、營養品和植物藥)」會議。

我們的團隊成員還在Vitafoods、HealthSpan、Probiotia和Veeva Quality Summit (質量峰會) 等線上論壇發言，並參與其中，與其他思想領袖進行交流，為討論貢獻我們的觀點。

我們的主要戰略合作

- 華南理工大學，中國
- 中國科學院大連化學物理研究所，中國
- 南方醫科大學，中國
- 江南大學，中國
- 北京化工大學，中國
- 中國科學院深圳先進技術研究院，中國
- 中國營養學會，中國
- Teagasc，愛爾蘭
- University College Cork，愛爾蘭
- APC Microbiome Institute，愛爾蘭
- 愛爾蘭梅諾斯國立大學
- VistaMilk，愛爾蘭
- Isigny Sainte-Mère，法國
- 澳大利亞聯邦科學和工業研究組織 (CSIRO)，澳大利亞
- Swinburne University，澳大利亞

BIOSTIME 合生元推出健康護理專家線上互動平台

於二零二一年十二月，Biostime合生元推出了一個創新網站 (hcp.biostime.com)，致力於為健康護理專家 (HCP) 提供高價值的內容。這一舉措旨在加強Biostime合生元在HCP中作為兒科營養專家的地位，並提高該品牌在遵循成熟科學方面的可信度。這個平台：

是一個提供詳細產品信息、科學出版物、最新臨床研究和互動網絡研討會的中心

使用簡易，具有高質量的界面，旨在提供良好的使用體驗，讓日常使用更加方便。

該平台亦會支持Biostime合生元加強其在HCP中作為數碼及創新品牌的地位。



22.4百萬
美元

於二零二一年用於研發

創新統計數據：



19個
科研項目



16項
專利申請

5

篇團隊論文在同業
評審的科學期刊上
發表

質量管理

我們對所有品牌的質量和安全保持著強有力的方法，並積極管理我們所有產品的潛在健康和 safety 影響。

健合全球質量手冊和合規情況

我們的健合全球質量手冊於二零一九年推出，涵蓋了主要主題，如我們的供應商所需的資格、散裝供應商規格及製成品供應商規格等。

我們的產品須接受類別和品牌特定的監管合規性檢查，以及產品質量檢查和審查，以便繼續改進。

我們在產品進入市場之前的研究和開發階段、在整個產品生命週期中以及在回應消費者詢問及／或監管機構的回饋時，完成審查。

消費者反饋及投訴

我們對所有消費者的反饋—積極的和消極的，包括投訴—進行100%的評估，這能幫助我們持續改進產品質量。

我們有一套關於產品質量投訴管理的標準操作程序。主要步驟包括：

- 接收投訴，並向投訴源頭的外部聯絡人發出要求，提供最大限度的可用信息
- 然後根據批次記錄、過程控制和留樣，與合約製造商進行初步調查—這可得到一份初步調查報告
- 檢查可能的相關警戒案件
- 然後與合約製造商一起進行深入調查，產生一份詳細的調查報告
- 向投訴人提供詳細的回應或答覆
- 如有必要，進行撤銷或召回，並遵循危機管理標準操作程序。

我們每個季度和每年年末都會進行一次投訴狀況報告。這包括對投訴量佔銷售額百分比的分析。這使我們對投訴趨勢有了一個概覽，使我們能夠在不同時期進行比較，並支持建立改進行動和審計計劃。

我們已開始推出有關這一過程的電子培訓。於二零二一年，我們在法國進行一次模擬危機演習，將於二零二二年推廣到其他歐盟國家。

監管情報作為一種整體支持

我們的健合全球質量手冊和標準操作程序概述我們通過監管情報保持最新的優先權。我們不斷地從官方和有效的來源收集信息，如政府網站、外部顧問和相關的有效數據、培訓計劃；以及通過參加工會和行業協會會議。

我們還定期在我們的全球團隊中分享各種市場的監管情報最新動態，以預測監管機構在一個市場的行動如何可能影響另一個市場。這確保團隊對可能影響其跨境項目的新信息及／或事項有充分的瞭解。



3,347,481

次產品查詢

100% 查詢回應率

100% 查詢解決率

1.5%
為產品投訴*

100% 投訴回應率

100% 投訴解決率

*即49,005宗投訴
請注意，由於Zesty Paws於2021年10月完成併購，第88-93頁不包括與Zesty Paws品牌相關的數據。

質量保證、召回和撤回

不管產品是否被歸類為嬰兒奶粉、嬰兒食品、食品、治療用品、化妝品、寵物食品或我們健合組合中的其他類別，我們的品牌遵循市場和產品特定的質量要求和流程並受到監管。有關我們在各地區遵循的監管標準的更多信息，請參閱附錄5。

我們的質量保證程序和召回程序定期通過模擬召回進行測試。在必要時，我們會迅速作出反應，頒佈任何產品召回或撤回，以保護我們的消費者、客戶和我們的品牌。

於二零二一年，我們在法國有一次產品召回和一次產品撤回，都沒有造成任何消費者傷害。

- Good Goût的嬰兒餐「Fondue de poireaux pomme de terre, cabillaud」：**我們召回了一批Good Goût嬰兒食品「Fondue de poireaux pomme de terre, cabillaud」，原因為有證據表明該配方中的一種成分（即佔產品總量0.1%的咖喱）的環氧乙烷含量高於歐洲對這種特定成分的規定。製成品中環氧乙烷的最終含量低於嬰兒食品法規中描述的最大農藥殘留量，即0.01毫克/公斤。雖然在長期的情況下，倘有大量和重複的接觸，會觀察到對健康的影響，但這裡的情況並非如此。我們確認並公開表示，倘有嬰兒食用了這一產品，不會有任何健康風險。被召回的產品比例佔二零二一年售出的「Fondue de poireaux pomme de terre, cabillaud」總數的6.4%（即3,160件）。
- Good Goût「Mini Cookidz Vanilla」 and 「Mini Cookidz Chocolate」：**在當地政府（DDPP）進行分析後，我們撤回了兩個批次的「Mini Cookidz Vanilla」和「Mini Cookidz Chocolate」產品—作為其常規監測活動的一部分—檢測出毒死蜱的比率高於歐洲法規的限制（分析方法的檢測限）。然而，在歐洲法規中，毒死蜱的每日可接受攝入量（ADI）為0.01毫克/公斤。考慮到這一ADI值，我們確認三歲（或倘意外食用該產品，甚至小於三歲）兒童食用這些批次的產品不會對他們的健康造成風險。出於這個原因，在與法國當局達成一致的情況下，我們進行了撤回，而並非召回。

由於2020年的一次產品撤回事件，于2021年產生行政處罰，細節如下：

- 可貝思幼兒配方羊奶粉3段：**於2020年11月30日，我們中國團隊收到信息，國家主管部門檢測到一個批次產品的維生素A含量低於中國大陸的標準。經過查核，該批次產品為我們委託貨運公司向經銷商運輸產品過程中，有54罐產品存在不按規定運輸的情況，導致被抽檢樣品維生素A不合格。本著對消費者負責的態度，接到通知後我們於當日立即啟動該批次產品主動召回程序，並於2020年12月完成召回工作，合計召回1308罐產品。2021年4月30日，由廣州市黃埔區市場監督管理局處罰467532元。

質量和可持續發展的關聯

關於質量和可持續發展之間的關係，已發生了轉變。正如我們的首席科技官Hanno Cappon於二零二一年質量週的視頻信息中對我們的健合全球團隊所說：

“「最初，質量是為了確保產品的質量在出廠時符合規格。在離開工廠時符合規格。今天，質量決定產品對消費者的價值和消費者的整體體驗，故這對消費者和公司而言都「雙贏」。因此，倘我們做好這一點，質量將成為消費者、公司及環境的「三贏」。”

在質量管理的整個範圍內，從採購、產品開發和供應商的過程中，越來越需要使用可持續發展的視角來衡量。這種轉變在很大程度上是由消費者需求和技術進步導致，並促使我們探索如何利用這種轉變來為集團、人類及環境創造可持續的解決方案。

制定和實施全球清潔標籤標準和程序，包括清潔標籤登記冊：按產品類別和地區明確列出被禁止的成分（「黑名單」）、獲授權成分（「白名單」）以及我們希望在配方中避免的敏感及/或有爭議但不被禁止的成分（「有爭議清單」）。例如，有爭議清單上的成分可能是法律不禁止的成分，但有爭議的安全問題或對消費者的看法有負面影響，我們希望在我們的配方中避免這一情況。

這份清潔名單登記冊是通過我們的質量、監管、營銷及研發/產品開發團隊的合作創建。我們將根據我們的監管情報活動定期更新這一名單。於二零二三年之前，我們將繼續針對不同產品類別和地區完善這個清潔標籤登記冊。

舉個例子說明我們是如何實際應用這個清潔標籤登記冊：由於預計歐盟即將出台二氧化鈦禁令（於二零二二年一月十八日獲確認），我們的歐盟及意大利團隊成員於二零二一年共同合作，為意大利市場改變Swisse斯維詩片的塗層。使用這種新塗層的生產於二零二二年一月開始。



新的Swisse片塗層，
遵循我們的健合清潔標籤登記冊，
不使用二氧化鈦。

質量管理方面 總支出



該圖對2021年與2020年進行比較，2021年在品質和監管活動方面的總支出（顯示集團在品質控制和合規方面的總投資）。請注意，在2020年可持續發展報告中，我們2020年在品質方面的支出包括品質活動和人員（如團隊成員薪酬）成本，不包括監管部分。

質量數字化

我們於二零二一年開始與供應商Veeva一起實施我們的全球電子質量管理系統 (eQMS) 數據庫。這個覆蓋全集團的系統能確保我們質量管理方法的一致性和及時性。這將支持我們整個供應鏈的實時協作、可見性、敏捷性和合規性。推廣工作將於二零二二年和二零二三年持續進行。這將使我們的團隊能夠更有效地與所有品牌和地區合作，以賦能產品上市速度和我們業務的增長和發展。

健合全球質量週

二零二一年，集團各個地區團隊共同慶祝首屆健合全球質量週—主題為「Sustainability improving our products, people and planet (可持續地改善我們的產品、人們及環境)」。與前幾年的全球質量日相比，這是一個更加全面的計劃。這一舉措旨在通過培訓課程和遊戲和問答等互動形式，讓所有健合團隊成員參與進來，以增強對健合質量和可持續發展方面的瞭解。

質量週的項目包括：

- 行政總裁和其他健合執行委員會成員 (例如：健合首席科技官) 的視頻講話
- 分享健合的B Corp認證之旅
- 分享健合關注的主要聯合國可持續發展目標 (SDG)
- 分享健合的質量演變以及與可持續發展的聯繫
- 分享嬰幼兒奶粉和化妝品的有機認證
- 分享健合的清潔標籤政策及應用
- 分享在我們的品牌和製造夥伴內部為改善可持續發展做法而採取的行動實例
- 由外部組織領導的培訓課程，以滿足當地市場的團隊成員，例如在中國香港特別行政區，來自香港品質保證局的代表舉辦了一個關於質量管理和可持續性整合的研討會。



營銷和標籤合規

以下為二零二一年期間健合各地區記錄的營銷及／或標籤違規事件概要。

- **法國：**
國家主管部門提出了一項建議，即對兩個品牌產品系列的標籤 (特別是包裝圖樣) 在下一次印刷時進行微調。這一點已得到糾正，沒有導致任何消費者投訴、法律行動、罰款或處罰。
- **澳大利亞：**
一個網站營銷索償的兩項輕微違規事件，已糾正，沒有導致任何消費者投訴、法律行動、罰款或處罰。一項不符合標籤規定的小事件，已糾正，沒有導致任何消費者投訴、法律行動、罰款或處罰。
- **美國：**
由於我們於二零二一年十月收購Zesty Paws這個品牌，我們沒有列入Zesty Paws的數據。從十月起沒有發生任何事件。

SOLID GOLD素力高於二零二一年寵物進口趨勢年度會議上發表演講

於二零二一年十二月中，在四川省成都市舉行的會議上，Solid Gold China (素力高中國) 的總經理丁雯與全球寵物品牌的中國代理商和跨境電商從業者，圍繞寵物飼料法規、進口寵物食品趨勢、平台對進口品牌的孵化策略等個進口多維度的主題探討。一同探討全球貿易環境變化、新冠疫情影響下的寵物食品市場機遇。

於會議上，丁女士分享了Solid Gold素力高作為進口寵物食品品牌進入中國市場的見解和消費者購買趨勢。她提出，我們發展的基礎是以消費者需求為核心來強化產品研發，提供高質量產品。

其他會議議題包括經考慮不斷變化的全球貿易環境以及中國的防疫措施，寵物食品市場狀況和機會。



原材料採購

我們已與我們的主要原材料供應商建立牢固的長期關係，該等供應商都是世界級的組織。通過該等夥伴關係，我們專注於提高質量、可靠性和性價比，同時參與可持續的採購實踐，保護我們原材料來源的生態系統。通過攜手與在可持續發展放擁有共同價值觀的夥伴和供應商合作來實現這一目標，共同不斷尋找機會來改善流程，以提高我們的產品質量和業務表現。

於二零一九年，我們與可持續發展聯盟（The Sustainability Consortium）（一個全球性的非牟利組織）合作制定原材料採購政策，其中概述我們為產品採購的不同類型原材料在供應鏈中的已知可持續發展熱點（即在產品生命週期中被認為對環境或社會有重大影響的活動）。在過去三年，我們為每個地區的所有產品開發和營銷團隊成員提供年度培訓，使他們能夠從潛在的供應商收集關於該等熱點的信息，以避免任何負面的

環境或社會影響。

於二零二一年，為了給所有市場提供額外的清晰指引，我們為新產品制定10條創新黃金規則。該等規則現在被用於整個產品創新週期，包括階段性流程，以更好地知會和指導團隊和生產商。我們已與多個利益相關者群體如消費者、供應商、當地社區和投資者強調集團對植物性天然成分的強烈興趣。

根據Euromonitor的健康和營養調查（二零二零年），雖然純素食者和素食者分別僅佔全球消費者的4%和6.4%，但限制某些動物性產品的人—但不遵循嚴格的純素食和素食—構成一個更大的群體，於二零二零年佔全球消費者的42%。

考慮到這一點，於二零二一年，我們在整個組織中整合植物基戰略。這概述對為消費者帶來健康效果並來自植物的成分和配方的偏好。例子包括我們新的Swisse Beauty Vegan Collagen Builder，該產品最初於二零二一年九月在澳大利亞推出。在法國，我們的Good Goût品牌推出四種裝在可回收碗中的植物基膳食。於二零二一年，植物基產品供應總額佔Good Goût總收益的77%。

按類別劃分的植物基及／或素食產品：

「植物基」一詞沒有嚴格的定義或被管理機構控制其使用。通過評估可得材料和諮詢行業協會，我們健合於二零二一年對該等材料的理解是：

「植物基」可指產品的成分僅來自於植物，包括海藻。其亦可指主要由植物來源的成分製成的產品

「純素」指不含動物成分或動物副產品（如肉、蛋、牛奶和蜂蜜）的產品

「素食」指不含動物成分或動物副產品（如肉、蛋、牛奶和蜂蜜）的產品

健合品牌中植物基及／或素食產品的總百分比：



健合10項黃金規則

- | | |
|-----------------------------------|----------------------------------|
| #1 通過以消費者為主導的趨勢和感官體驗進行互動 | #6 有可行情況下，推動跨地區和跨類別的協同效應及效率規模 |
| #2 通過科學證明和可靠的理由確保有意義的健康裨益 | #7 促進使用來自可持續和負責任來源的可再生成分 |
| #3 促進配方的優越性和差異化，堅持健康和快樂的目的和PPAE標準 | #8 向清潔標籤發展，簡化配方，使用天然成分和添加劑 |
| #4 通過更高的利潤率驅動和可持續增長作出貢獻 | #9 促進可持續包裝的使用，讓消費者參與到閉環控制 |
| #5 堅守集團質量標準，確保成分可追溯性 | #10 優先供應鏈，在可能的情況下優先考慮區域採購，以減少碳足跡 |

主要成分類別

我們的Biostime合生元和Swisse斯維詩品牌佔我們整體原材料使用量的最大比例。我們已確定以下成分類型對該等品牌最為關鍵：乳製品；魚和磷蝦油；油和脂肪；以及植物藥。下面展開了集團對支持可持續發展的案例。



乳製品

- 所有我們直接採購的乳製品供應商都遵循ISO 14001環境管理體系的標準，並設有環境目標和關鍵績效指標。
- 健合集團每年繼續投資500,000美元，與Isigny Sainte- Mère建立夥伴關係，以保護諾曼底奶牛品種，並支持當地農民在該地區飼養奶牛，確保可持續源源供應
- 於二零二一年，我們的主要乳製品合作夥伴Isigny Sainte-Mère開始B Corp認證過程，並於二零二一年十二月提交了評估材料。



魚和磷蝦油

- 含有魚和磷蝦油成分的產品100%都有來自以下其中一個機構的可持續來源認證：
 - MSC
 - Friends of the Sea
 - MarinTrust.
- 我們還支持南極野生動物研究基金會，該基金會促進和推動對南極生態系統的研究。



油和乳脂解決方案

- 對於我們的嬰幼兒配方奶粉來說，脂肪酸含量是至關重要的，以確保營養成分盡可能接近人類母乳。目前，我們從植物脂肪或牛奶脂肪中獲取這些成分。
- 關於植物油，我們的嬰幼兒配方奶粉已100%從棕櫚油過渡到RSPO質量平衡的經認證可持續棕櫚油 (Certified Sustainable Palm Oil)。
- 關於牛奶脂肪，於二零二一年，我們與我們的Biostime合生元乳製品合作夥伴Isigny Sainte-Mère Cooperative啟動了一項名為「Low carbon farms (低碳農場)」的新計劃。



植物性原料

- 我們致力於盡可能多地選擇和採購來自植物的天然成分。例如：
 - 我們最近在新的Swisse Beauty系列和新的Aurelia London Resurfacing Serum產品中引入了天然的bakuchiol——一種從東亞「babchi」植物的種子和葉子中提取的植物性原料，在傳統醫學中被用作皮膚癒合治療，而並非視黃醇。
 - 我們推出含有靈芝的Swisse斯維詩平靜+減壓粉 (Swisse Calm + De-Stress powder)，靈芝因其對健康的裨益，在傳統醫學中獲使用。

降低我們的碳排放影響

繼聯合國氣候變化框架公約第26次締約方會議 (COP26) 之後，我們比以往任何時候都更深刻地意識到我們的產品對地球的影響，特別是對氣候變化的影響。

於二零二一年期間，健合和Isigny Sainte-Mère一家佔本集團二零二一年供應商總支出的31%的最大乳製品戰略供應夥伴—共同發起了「Low carbon farms (低碳農場)」計劃，以減少為Biostime合生元供應乳製品的40個有機農場的碳排放影響。

這個五年計劃旨在獲得法國新政府的「Low carbon label (低碳標籤)」—這是首個及唯一的國家標籤，保證環境質量，為減輕溫室氣體影響和鼓勵碳封存而實施的做法。

該計劃以法國政府和技術專家 (包括來自諾曼底農業國家研究所 (Normandy Agriculture State Institute) 的專家) 批准的科學方法為基礎，測量碳排放並建立項目以減少碳影響。這一舉措將有助於H&H France和Isigny Sainte-Mère的B Corp認證過程。

於二零二一年，10個有機農場啟動了診斷階段，測量他們的碳排放。診斷工具CAP' 2ER®以科學為基礎，由技術專家進行，並由法國政府批准。

於二零二二年，我們將在其他30個有機農場內繼續進行診斷階段。在這些評估以及從諾曼底農業國家研究所 (Normandy Agriculture State Institute)、Isigny和Biostime合生元代表獲得的技術建議之後，我們將為每個農場規劃詳細的項目。舉例而言，可能的項目包括種植樹籬和蛋白質作物。



LABEL BAS
CARBONE

採訪 DENIS THOMAS - ISIGNY奶農管理者

為什麼Isigny Sainte-Mère決定與健合一起啟動該項目？

DT:「全球變暖和氣候變化，以及極端天氣事件正以不同的方式影響著我們所有人。我們知道溫室氣體排放 (GHG) 是造成這些變化的主要原因。我們的農業和我們的合作社不能繼續充耳不聞，無動於衷。因為農業既高度暴露於氣候變化，又容易受到氣候變化的影響，其排放量佔全球溫室氣體排放量的24%。

我們顯然希望改進我們的做法，並保護我們的土地和牧場，這是我們合作社的「存在理由 (raison d' être)」。

為何遵循可信和科學的方法很重要？

DT:「法國農業國家研究所 (French Agriculture State Institute) 開發的CAP' 2ER®評估工具測量每個農場的碳足跡，除環境影響外，還估計農場的積極貢獻以及其經濟和社會表現。CAP' 2ER®診斷允許對溫室氣體排放進行詳細和精確的測量。與其他項目不同，這不僅僅是一個診斷，而是一個旨在實施具體行動以減少排放的過程。」

農民成為有關計劃一部分的動機是什麼？

DT:「我們的有機農民特別投入，以發展可持續農業的模式。農民試圖在夏季最大限度地增加放牧的時間，從而避免機械和能源消耗的飼料分配。一般來說，一個農場的經濟表現與它的低碳排放密切相關。任何旨在減少碳足跡的措施或投資都會給農場主帶來經濟回報。對「廢棄物」的真正消滅，對環境和對生產者的錢包都是積極的。最後，我們所做的承諾完全符合有機農業的理念，其目的是在提供尊重自然的健康產品的同時，儘量減少對環境的影響。」



動物福利

對於健合以及我們的利益相關者來說，動物福利是一個重要的實質性話題。因此，這將繼續成為我們可持續發展戰略的一個關鍵因素。我們致力於與農民和其他夥伴合作，共同建立尊重自然資源和促進動物福利的農業模式。我們還努力在選擇成分和配方時以及在決定使用動物來源成分及涉及動物以支持健康和安​​全結果時考慮周到。我們的總體目標是為我們供應鏈中的所有動物提供更好的條件，同時確保我們為消費者提供優質的營養和護理產品。

我們關於動物福利的方法有兩個方面：

1 動物源性成分生產中的動物福利

在我們不同的產品組合中都有動物來源的成分。例如（非詳盡清單），我們為嬰幼兒配方奶粉產品採購乳製品，為我們的維生素和補充劑類別採購膠原蛋白和魚油，為我們的狗和貓的營養產品採購牛肉、雞肉和魚。我們計劃於二零二二年發佈健合動物福利政策，該政策將概述我們對整個供應鏈的動物待遇的期望。在制定這項政策時，我們將讓相關職能部門（如採購（Procurement）、貨源（Sourcing）、健合研究（H&H Research）和我們的產品開發（Product Development）團隊）參與進來，參考全球信息來源的最佳做法，以及可持續發展聯盟（The Sustainability Consortium）的動物福利熱點問題。我們的健合首席戰略及運營官將負責實施這項政策。

2 在我們的產品研發和測試過程中保證動物福利

健合開發和發佈的營養和健康產品在大多數情況下不使用動物測試。然而，在某些情況下，可能需要進行動物測試；例如，國家或國際監管機構要求對嬰幼兒營養產品進行上市前審批。

我們目前正在制定一項動物試驗政策，包括提倡在可行的情況下使用非動物替代品——在必須進行動物試驗的情況下，消除或儘量減少任何可能的疼痛、痛苦、困擾或對動物的持久傷害。我們打算於二零二二年推出這項政策，其將適用於健合內部和研究合作者在外部進行的動物測試。健合首席科技官將負責實施這一政策。



在消費者研究中表現出對動物福利的強烈興趣

在市場研究公司Qualtrics於二零二一年六月在澳大利亞、中國大陸及意大利為我們的Swisse斯維詩品牌進行的消費者研究中：

- 在回答「以下哪項可持續發展事業對您來說最重要？」的問題時，動物福利是得分最高的選擇——在澳大利亞，有48%的受訪者將其作為首要原因，在中國有35%，在意大利有37%；
- 在20個選項中，最吸引消費者的產品聲明：「無公害」在澳大利亞受訪者中排名第3，在中國大陸受訪者中排名第6，而在意大利排名第9。

WHAT WE LEAVE OUT:
Harmful chemicals and preservatives
NOT TESTED ON ANIMALS.

Swisse Wellness Pty Ltd
111 Cambridge Street,
Collingwood VIC, AUSTRALIA 3068
TOLL FREE 1800 794 777
TOLL FREE 0508 794 777

健合植物基戰略

於二零二一年，我們在整個組織中整合了植物基戰略，以滿足在主要市場中消費者對素食友好產品的所增加的關注。這為我們提供額外的動力，為尋求不需要使用動物產品的消費者，提供一系列產品。例如：二零二一年發佈的新素食產品Swisse Vegan Collagen Builder（有關該產品的更多詳情，請見「創新」一節）。

AURELIA LONDON – 一個「跳躍的兔子（LEAPING BUNNY）」品牌

所有Aurelia London品牌的產品均不在動物身上進行測試。Aurelia London是由國際無公害組織（Cruelty Free International）認證的「跳躍的兔子（Leaping Bunny）」品牌。國際無公害組織的Leaping Bunny（跳躍的兔子）計劃是全球公認的無公害護膚品和美容的黃金標準。Aurelia London還加入了善待動物組織（People for the Ethical Treatment of Animals）（PETA）無公害認證計劃。



介紹健合的兩個乳製品戰略供應夥伴 — ISIGNY SAINTE-MÈRE 和 ARLA

ISIGNY SAINTE-MÈRE

健合最大的供應商及Biostime合生元的奶製品合作夥伴是 Isigny Sainte-Mère cooperative (「Isigny」)，其佔我們二零二一年奶製品開銷的78%。

我們與Isigny在B Corp之旅上緊密合作，其多年來一直從事可持續的農業實踐。Isigny擁有Agriculture Biologique和AgriConfiance®認證，該等認證保證既關心環境又關心動物的牲畜養殖做法。

此外，Isigny承諾，到二零二五年，其100%的奶農將遵守新版《良好養殖規範憲章 (Charter of Good Breeding Practices)》，並將通過「Boviwell」診斷工具進行相應的審計。該憲章包括基於國際公認的「五大自由 (Five Freedoms)」的動物福利要求。

- 免於饑渴的自由
- 免於不適的自由
- 免於疼痛、傷害和疾病的自由
- 表達正常行為的自由
- 免於恐懼和苦惱的自由。

Isigny已走上實現其承諾的軌道，其目標是於二零二二年評估其大多數奶農，為審計做準備。這將得到最近僱用的額外工作人員的支持。儘快辨識不符合要求的農民，將有助於通過實施適當的措施，改善合作社的動物福利管理。



ARLA

Arla是我們的另一個長期乳製品合作夥伴，於二零二一年佔我們乳製品支出的7.2%。在Arla cooperative (Arla合作社)，農民以專業和負責任的方式管理他們的農場。

於過去17年，Arla的Arlagården®計劃(代表「一個全球統一的牧場標準 (ONE Globally Aligned Farm Standard) 」)已幫助提升北歐整個行業的奶牛養殖標準。這個全面的牧場管理計劃和審計系統使Arla能夠更好地監測和支持個體農民，在四個重點領域實現高標準：牛奶質量和食品安全；動物福利；氣候和自然；以及人。他們的一些監測活動包括：

- 每三個月，所有Arla農民都會根據Arlagården®的所有要求評估並記錄他們的農場實踐。

· 為確保Arlagården®的審核工作在全球範圍內保持一致和校準，所有評估農民合規性的農場審核工作都由SGS(一家領先的國際檢驗、驗證、測試和認證公司)負責。每個農場將至少每三年進行一次農場審計。

· 自二零二零年起，所有Arla農民都必須在四個以動物為基礎的指標框架內，每季度評估和報告動物福利：奶牛活動能力；清潔度；無損傷；及身體狀況。Arlagården®的要求和合規標準要求，倘沒有達到最低表現水平，農場應迅速採取行動，解決任何致病因素。

ARLA在有機奶生產的四個關鍵領域



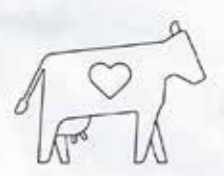
土壤健康



生物多樣性



氣候



動物福祉

ARLA對2021-2022年最新承諾的一些範例



從可再生能源(風能、太陽能、沼氣、水力發電)轉換為100%的綠色電力



將奶牛吃草的最低天數從120天增加到150天



為所有6個月以上的動物提供使用牛毛刷的機會



農場已承諾改善土壤健康和促進生物多樣性

支持有利於人類和地球的生態農業

農田和草地是我們最重要的一些生態系統。除提供食物和牧地外，它們還容納了大量的生物。然而，社會多年來對這些土地的不斷使用已經使它們疲憊不堪。耕作、過度放牧、清除樹籬和樹木都在破壞土壤和植被。農用化學品污染了水道，傷害了野生動物，包括為農作物授粉的蜜蜂。¹

這就是為何我們正在努力減少我們的供應鏈對土地、土壤和生物多樣性的影響，特別是在原料稀缺或來自脆弱生態系統的地方。採用有機耕作方法的好處有據可查。在農業層面上，研究表明它可減少對水資源的污染，而禁止使用殺蟲劑對野生動物產生的負面影響更少，對生物多樣性更有利。²它似乎還導致更高的土壤和碳儲量水平，³這有助於養分保留和週轉、土壤結構、水分保留和可用性、污染物的降解和碳封存。⁴

該等好處已超出農業範圍。法國生物營養網的有機食品項目 (The French BioNutriNet Project on Organic Food) 顯示，與非有機消費者相比，有機消費者的飲食更健康，植物基食物更豐富。他們的飲食與較低的環境影響和減少對某些農藥殘留的接觸有關。經常食用有機食品與肥胖症、2型糖尿病、絕經後乳腺癌和淋巴瘤的風險降低有關。⁵

有鑑於此，我們正在研究如何支持可持續的農業實踐，或者更好的是再生的農業實踐，這將從而確保長期、高質量的供應。通過確保我們的成分和配方案具有有機認證，我們可證實沒有破壞土壤或水質，並避免在我們的供應鏈中使用有害的化肥。

例如，我們在法國的Good Goût和Biostime合生元產品100%擁有有機認證。農業生物認證 (Agriculture Biologique) 由法國國際檢驗局 SAS (Bureau Veritas SAS) 認證 (FR-BIO-10)。在中國，我們Biostime合生元的愛斯時光 (Healthy Times) 有機嬰幼兒配方奶粉系列獲得了中國 (由中綠華夏有機產品認證中心作出) 和歐洲 (FR BIO-10認證) 的雙重有機認證，該產品的生產地為歐洲。

我們也見證了有機養殖產品在消費者中的普及。在法國，我們的Biostime合生元品牌在藥店渠道的有機嬰幼兒配方奶粉市場中佔據了第一的位置。⁶

根據尼爾森中國嬰幼兒配方奶粉市場主要調查結果 (Nielsen China IMF Market Key Finding) (二零二一年十一月)，Biostime合生元的愛斯時光 (Healthy Times) 有機嬰幼兒配方奶粉系列的銷售量在中國有機奶粉市場長期排名前六，該系列因其高品質、先進技術、良好口感和國際化而受到消費者的青睞。

在我們的澳大利亞和新西蘭地區，二零二一年超過一半 (52%) 的BNC銷售額 (包括中國消費者對消費者的銷售) 是有機的，很高興看到我們的Biostime合生元品牌於二零一八年在澳大利亞推出後，迅速取得有機嬰幼兒配方奶粉品牌的第三位。

1. United Nations' Ecosystem Restoration Playbook: A Practical Guide to Healing the Planet, 2021
2. Sautereau N., Benoit M., 2016. Quantification et chiffrage des externalités de l'agriculture biologique, Rapport d'étude ITAB, 136
3. Sautereau N., Benoit M., 2016. Quantification et chiffrage des externalités de l'agriculture biologique, Rapport d'étude ITAB, 136
4. <https://www.agric.wa.gov.au/measuring-and-assessing-soils/what-soil-organic-carbon>
5. Emmanuelle Kesse-Guyot, Denis Lairon, Benjamin Allès, Louise Seconda, Pauline Rebouillat, Joséphine Brunin, Rodolphe Vidal, Bruno Taupier-Letage, Pilar Galan, Marie-Josèphe Amiot, Sandrine Péneau, Mathilde Touvier, Christine Boizot-Santai, Véronique Ducros, Louis-Georges Soler, Jean-Pierre Cravedi, Laurent Debrauwer, Serge Hercberg, Brigitte Langevin, Philippe Pointereau, Julia Baudry, Key Findings of the French BioNutriNet Project on Organic Food-Based Diets: Description, Determinants, and Relationships to Health and the Environment, Advances in Nutrition, Volume 13, Issue 1, January 2022, Pages 208-224, <https://doi.org/10.1093/advances/nmab105>
6. GERS DATA - Sell-out Pharmacy channel, VMS MAT Dec 2021



加工製造

我們的供應鏈由合約生產商和原材料、包裝、運輸和物流以及倉庫供應商組成。我們與這些類別的供應商有直接的關係，但我們的合約生產商負責管理我們許多原材料的採購，在某些情況下，還負責包裝。於二零二一年底，在我們的三個業務部門（成人營養及護理用品、嬰幼兒營養及護理用品及寵物營養及護理用品）中，我們總共有96個合約製造夥伴，並與259名供應商有關係。

我們的《供應商行為準則》自二零一八年十二月起在集團網站上公開發佈，是與供應商就可持續發展歷程進行討論的基石。該準則概述我們的可持續發展戰略和目標，以及有關的具體期望和價值觀：

- 勞工權利
- 健康、安全和質量
- 環境事宜。

該準則適用於所有直接供應商，包括上游供應鏈、原材料供應商、製造和包裝供應商。準則規定，直接供應商的責任是向其供應基地進行宣傳，教育和盡職調查，以執行與本準則中的相同或類似的要求。

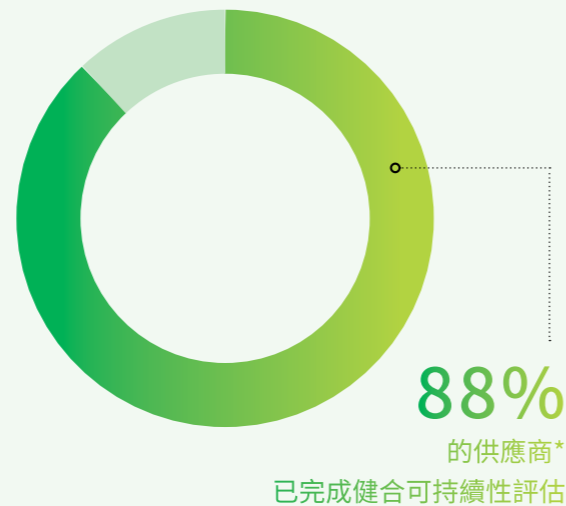
自推出以來，我們已強制要求所有新供應商在採購過程中簽署《供應商行為準則》，包括在供應協議和新供應商表格中遵守該準則。我們還在標準模板協議中加入了幾個與道德、環境和社會責任有關的新條款。

我們已實施一個正式的程序，通過制定健全供應商可持續發展調查，對我們所有的直接供應商進行盡職調查。該調查是結合我們所屬行業特別確定的重要主題（包括環境和社會）而制定，主要涉及以下產品類別的在可持續發展聯盟的行業熱點：

- 維生素及營養補充劑產品
- 乳製品
- 個人護理
- 湯和方便食品
- 紙尿褲
- 嬰兒用品。

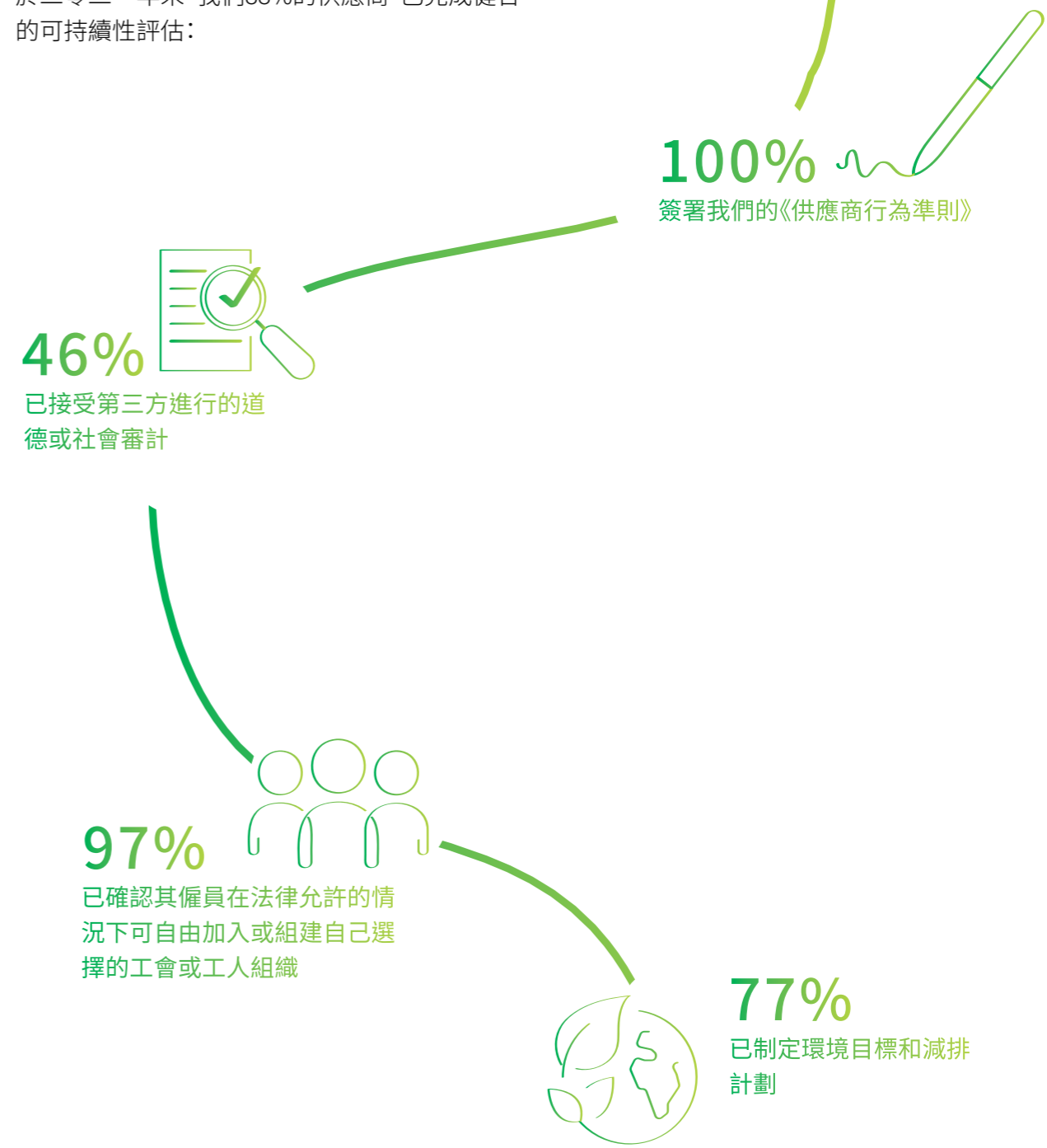
於二零二一年，我們致力於在我們的產品組合中實現複雜供應鏈的全面透明和治理，包括：

- 供應團隊成員參與可持續性評估並接受執作有關工作的培訓
- 通過Supplyshift實施供應商可持續發展績效管理平台，這是一個端到端的供應鏈數據管理、負責任採購和供應商參與的雲平台
- 識別高風險的直接供應商。

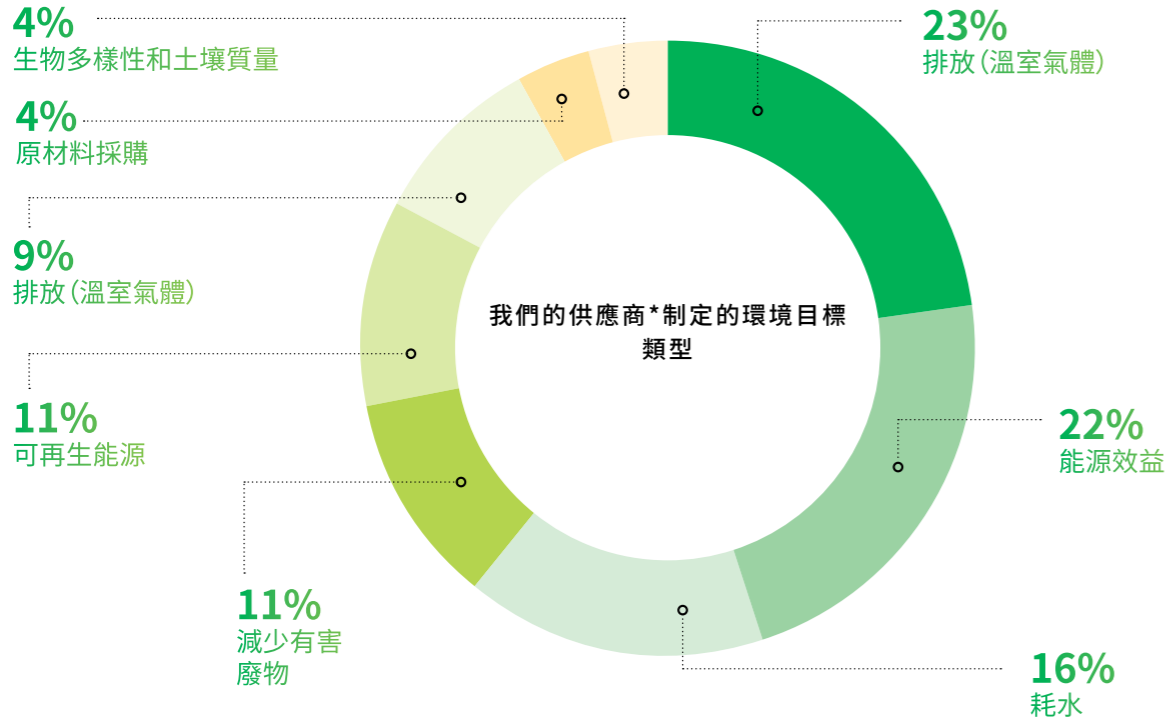


二零二一年摘要

於二零二一年末，我們88%的供應商*已完成健全的
可持續性評估：



這些代表了集團的前41家供應商，他們占我們銷貨成本支出的95%。



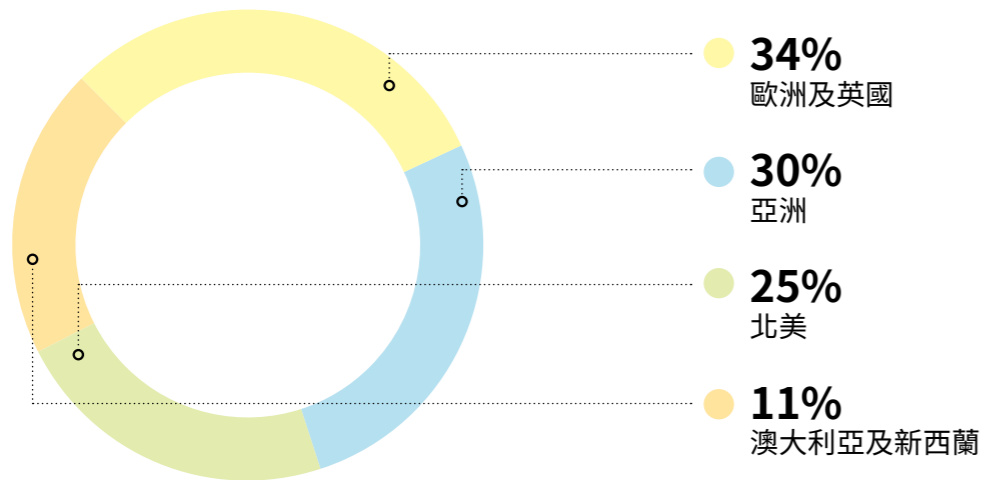
* 已完成我們的可持續發展評估

通過建立一個關於供應鏈和可持續發展進展的信息數據庫，為我們供應鏈的可持續發展奠定了用於對標和發展的良好基礎。為更進一步發展，我們計劃：

- 將可持續發展關鍵指標納入我們新的和現有供應商的質量審核計劃和流程，例如，在我們委聘歐洲的合約製造夥伴之前，將社會和環境評估標準整合到歐洲合約製造夥伴的審核分析網格。我們將於二零二二年在其他地區推廣這種方法；

- 繼續向新供應商和PNC供應商推廣我們的《供應商行為準則》計劃；
- 確保100%的新產品符合我們的原材料採購政策中的要求；
- 將主要供應鏈目標整合到供應商管理過程中

每個地區的供應商數量



主要合同生產商



附註：這份生產商名單代表我們90% (按支出計) 的生產商。

包裝

安全且可持續的產品包裝

產品包裝在確保配方活性成分穩定方面發揮著重要的作用，特別是針對我們的兩大產品類別（嬰幼兒配方奶粉與維生素、草本及礦物補充劑）而言。

我們一直旨在物色及實施的包裝解決方案不僅為了更環保，亦必須符合質量及安全標準，從而保障消費者的健康福祉。

於二零二一年，集團特別為新產品開發流程引入“5R”包裝框架。

減少使用

減少材料數量，在可行情況下將初級及次級產品包裝以及其他物流包裝的環境影響減至最低。

更新

整合及優化包裝中可再生材料的比例。

回收

優化回收材料的用途，以提升可回收程度及減少所產生的原材料數量。

循環利用

延長包裝壽命，鼓勵消費者循環利用。

再生

改善再生包裝的能力，將整個供應鏈的碳足跡減至最少。

各市場積極採用“5R”包裝框架，在框架的指引下有以下產品包裝案例：

減少使用：團隊在中國大陸一直致力減少使用包裝，並展開合生元合生元星耀系列換新升級項目。該項目旨在優化紙箱內部結構，以減少紙箱隔板數量及尺寸以及整個紙箱的尺寸。該項目於二零二一年四月推出，讓該品牌每年節省逾1,700噸紙張。

減少使用：團隊於法國換新推出Dodie杜迪杜迪嬰兒濕紙巾，移除Dodie杜迪濕紙巾的外保護盒，以協助減輕品牌的環境影響。Dodie杜迪按銷售價值計，該產品為Dodie杜迪杜迪庫存最高的單品。此項舉措使該品牌塑料的塑料使用量減少65%，每年亦節省10噸塑料塑料原材料，同時，此舉為產品提供同等的保護，保證了品牌對質量與安全的高標準。



更新：Dodie杜迪嬰兒奶瓶包裝現採用森林管理委員會（FSC）認證的70%回收紙箱。Swisse斯維詩亦就其近期的火麻油系列產品包裝開始採用同樣處理方法。



回收：Good Goût在法國市場利用環保碗取代先前無法回收的包裝袋，按此方法，每年可回收約12噸包裝材料。



循環利用：英國倫敦Aurelia在其二零二一年聖誕禮盒中採用可循環利用的鋁盒及不含塑料的禮品包裝，讓消費者可循環利用包裝。

再生：團隊於澳大利亞推出由本地取材的可持續滋潤成分調配而成的Swisse斯維詩 Earth系列。該系列產品包裝特意選用生物基材料。主要包裝材料為70%回收紙製成的優質圓罐，可完全回收。

一如既往，我們致力於提升包裝的可持續性，集團設定的目標是於二零二三年前使所有產品包裝均可回收、可堆肥或可生物降解。為進一步達成目標，我們會繼續仔細考慮以下方面：

- 在可行情況下首選可再生或可回收材料
- 確保所用包裝材料的安全性
- 基於材料回收、盡量減少垃圾、方便消費者使用、提升運輸效率及減少產品浪費等方面進行包裝設計
- 優化包裝材料效益
- 確保產品符合質量及安全的高標準。

包裝材料數據

我們於二零二一年將數據收集範圍擴大，從健全設施及生產佔總收入大約90%的供應鏈夥伴收集包裝材料的數據。*

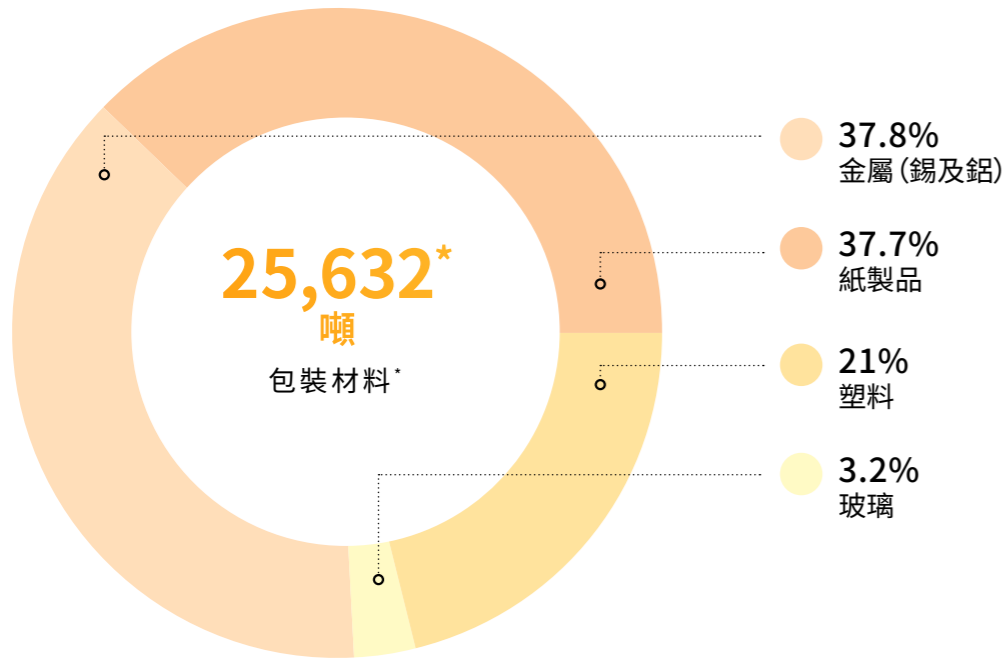
有關數據按材料噸數列示，涵蓋產品生命週期，亦包括物流包裝。針對關法國的數據，根據CITEO宣言 (CITEO Declaration) 計算。

可回收、可生物降解或可堆肥的包裝材料



*包裝相關數據涵蓋澳大利亞、新西蘭、中國、香港、法國及意大利的合生元、Swisse斯維詩、Dodie杜迪及Good Goût的產品

包裝材料類型



*根據不斷的整合範圍，與2020年相比，節省了1,242噸包裝。

**由多種材料組成的包裝報告包裝中所含的材料。與2020年相比，這提供了更詳細的材料使用概述。



推廣循環經濟 - 與TERRACYCLE合作進行回收

2021，我们与法国的回收解决方案公司TerraCycle合作。TerraCycle收集、再利用和回收难以回收的材料和废物，从而减少送往填埋场的废物量。这项倡议鼓励法国当地消费者回收他们用过的含有塑料包装的Dodie杜迪和Good Goût产品，例如：我们与TerraCycle合作回收Dodie杜迪婴儿奶嘴。一旦TerraCycle从参与的消费者那里收集到产品，奶嘴就会被切碎、加热并挤压成塑料颗粒。这些塑料颗粒可以被转化成新的物体，比如钢笔、储物盒和水罐。針對Good Goût产品，我们与TerraCycle的合作是處理該品牌產品的多层塑料袋，如水果和/或蔬菜泥產品。

2021年，與TERRACYCLE合作共回收160,959個產品。



我們致力於在市場遵循最佳行業實踐。例如，Swisse斯維詩自二零一二年起成為澳大利亞包裝公約的簽約成員。



5,076噸材料含有回收成分
佔全部包裝材料的19.8%



每450元收入，
使用1公斤包裝材料

請注意，由於Zesty Paws於2021年10月完成併購，第112-113頁不包括與Zesty Paws品牌相關的數據。

分銷

運輸與物流

健合集團從二零一四年單一市場的單一品牌迅速發展為二零二一年遍佈15個市場的八個品牌，供應鏈（包括運輸及物流）的複雜程度亦大幅增加。

我們遵循「高端優質、驗證有效、令人嚮往及廣泛參與」（「PPAE」）經營模式，產品配方選用本地或全球的優質原材料。

尤其是維生素與補充劑及嬰幼兒配方奶粉等受到嚴格監管的產品類別。因此，這意味著產品供應鏈的環境足跡相當大。

例如，我們會於二零二二年將 Good Goût的最大產品類別果泥（於二零二一年佔該品牌收入的44%）的生產由西班牙遷至法國。由於我們該產品主要在法國市場銷售，此舉將有利於進一步將生產及供應鏈本地化，從而降低我們運輸所產生的碳排放。

我們的團隊在該重要項目的工作超過兩年。

在甄選生產供應商過程中採用多項可持續標準來評估工廠的資質，包括評估工廠如何於生產過程中減少碳排放；如何管理用水及能源廢物處理；對可持續採購的參與及管理；及是否鼓勵轉型至更可持續發展的農業等。

未來，Good Goût約80%的生產將在法國開展。

未來，Good Goût約80%的生產將在法國開展。

銷售渠道創新

為繼續實現我們成為全球高端營養及健康領導者的願景，我們於二零二一年專注於創新開拓銷售渠道。此舉旨在為消費者提供方便的購物的地點及方式。

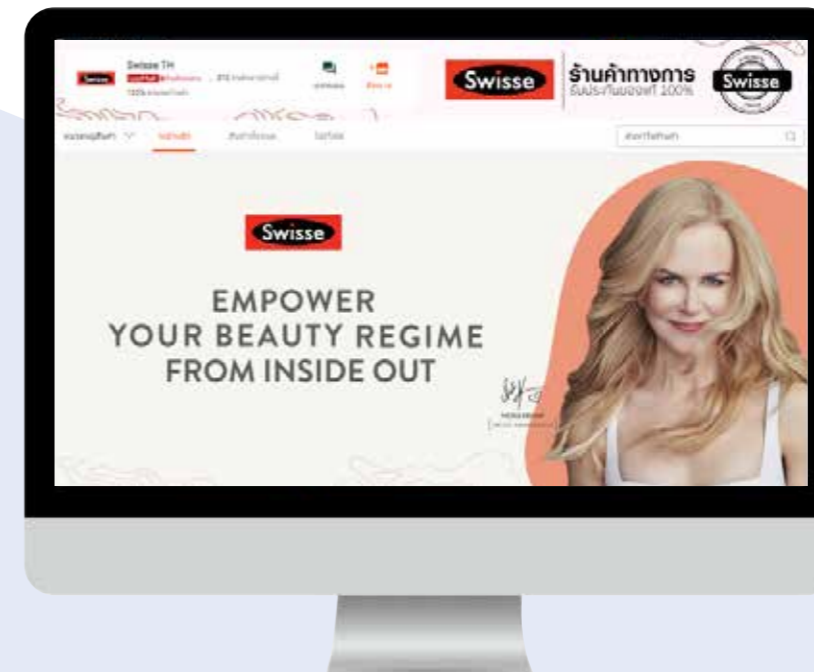
其中包括通過線上（涵蓋品牌網店、直接面對消費者（DTC）及電子商務平台）以及線下渠道。

案例如下：

- 於最大的中國大陸市場，ANC業務單元同比增長10.8%，其中Swisse斯維詩為最大貢獻品牌，持續領跑中國營養補充劑市場。這歸功於品牌不斷擴展創新產品類別，並就一般貿易產品取得更多合規批准，以便消費者在線上和線下渠道更容易購買到我們的產品。
- 在澳大利亞市場，由於在疫情的影響下，我們加強了電商渠道的建設，以便澳大利亞消費者更方便地線上購買高端優質的營養品，該市場電商銷售額增長77.0%。在一個全國性供應商論壇上獲得線上銷售及營銷活動卓越獎。我們致力利用於“Hyper-care”模式，確保庫存，並增加產品在澳大利亞和新西蘭市場商超渠道的供應，幫助該渠道實現了8.1%同比增長。
- 基於集團年度財務報告，除中國大陸、澳新市場以外，錄得收入同比增長69.9%。這是為了接觸到全球更多消費者，集團全球化戰略的體現。例如，在印度市場，我們全年加強了Swisse斯維詩在電商平台的業務。同時，利用直接面對消費者（DTC）的網店為消費者提供更好的體驗和全國範圍配送服務。
- 集團繼續通過直接對消費者（DTC）渠道為消費者提供用戶體驗。我們的數字化本土品牌Aurelia London, CBII 和SwisseMe (Swisse斯維詩旗下副牌) 均使用DTC渠道來接觸消費者。

開通中歐國際鐵路專列優化環境足跡

於二零二零年，為了保證國際物流供應鏈的穩定，及提升國際物流的效率和減少運輸過程中的碳足跡。集團於全球領先物流供應商德鐵信可達成了戰略合作，開通了健合集團中歐國際專列，保障合生元嬰幼兒配方奶粉的運輸。於二零二一年，通過該專列，運輸淨重1.067百萬千克的104個集裝箱。此舉較我們採用空運相對減少產生7,343噸二氧化碳。



營銷

消費者互動

健合秉承「高端優質、驗證有效、追求卓越、令人嚮往、參與互動」(PPAE)的理念。我們的獨特PPAE模式為品牌開發、營銷與傳達產品的方式提供指引，吸引消費者關注健康與保健，並作為我們傳達品牌及產品可持續發展特質方式的方針。



高端優質

- 高端定位與定價
- 基於天然產品的定位
- 攜手供應鏈合作夥伴共同尋找優質高端的原料和產品



驗證有效

- 採用科學方法進行產品研發和營銷
- 注重功效&客戶反饋
- 面向消費者宣傳產品優勢，開展健康倡導



追求卓越，令人嚮往

- 追求卓越，令人嚮往在世界各地與本土品牌代言人和關鍵意見領袖一起，鼓勵消費者通過我們的產品改善生活質量和方式



參與互動

- 採取雙向溝通法連繫現有及潛在消費者
- 打造具有視覺衝擊力、激動人心和信息豐富的數字化內容和體驗行活動。

目標導向品牌

過去兩年，消費者對品牌理念的期望日漸提高。品牌及企業明確展示如何實踐目標導向、集體意識及實施真正實現可持續發展的舉措也越來越重要。

知識共享以提高消費者意識

集團開展的有關科研成果等可持續發展的信息都會通過自有社交媒體及線上新聞發佈，以便大眾可隨時共享及瀏覽。因此，隨著消費者對環境影響的意識逐漸提高，期望品牌提供通過可持續原材料生產的產品，以盡量減低其對氣候變化的個人影響，並支持其他經濟及社會事宜，例如公平貿易。

於二零二一年，我們致力通過社交媒體及其他市場營銷方式強調品牌的可持續發展特質。例如，澳大利亞合生元團隊為Biostime SN-2 BIO PLUS優質有機幼兒奶粉建立「純淨與透明」新活動，突顯產品在可持續發展方面的特點，包括獲得澳大利亞有機及不含棕櫚油認證。



Swisse斯維詩而言，全球市場營銷團隊為亞馬遜 (Amazon)、來贊達 (Lazada) 及蝦皮 (Shopee) 等電子商務平台上的店鋪就部分潔淨標籤聲明建立標識，例如「無人造糖」、「適合素食者」及「非轉基因」。



於二零二二年，我們將繼續傳達可持續發展特理念質，讓我們現有及潛在消費者便於隨時了解有關特點，幫助他們作出購買決策。

「為回應日益提高的『消費者意識』，健合集團邁向成為目標導向的公司的步伐至關重要。我們的目的得到“B Corp” (共益企業) 承諾的支持。對集團而言，我們將繼續通過更深层次的行動與環境改善，推動商業向善，共益發展履行社會承諾、攜手共同創造價值。」

市場營銷、傳播及可持續發展總監
Pascale Laborde

SWISSE斯維詩與CHRIS HEMSWORTH攜手舉行線上直播吸引中國大陸的消費者

Swisse斯維詩全球代言人Chris Hemsworth於二零二一年在抖音的Swisse斯維詩官方店鋪進行線上直播，與粉絲進行互動。

線上直播時長20分鐘，吸引超過2.86百萬實時觀眾，人們亦可於其後觀看錄播視頻。

Chris Hemsworth與主持進行了生動有趣的對話，Chris分享了其對健康及保健的看法，並宣導了營養、運動和正念的重要性，同時，即時回應了觀眾評論。

此舉反映出品牌積極採用互動形式，吸引及啟發消費者重視其自身健康及保健的方式。



SWISSE斯維詩及合生元 榮獲二零二一年健康中國 創新案例研究獎

合生元與Swisse斯維詩品牌於政府舉行的健康中國行動推進委員會及中華預防醫學會會議上獲肯定為推廣健康卓有成效的典範。

其中，“健康中國2021全國愛肝日主題活動”、“合生元母嬰保護者行動-母嬰營養千日計畫”均被評為“健康中國行動創新實踐(健康責任)案例”，為守護中國億萬家庭的健康提供了科學、有效的指導方向。健合中國首席執行官李鳳婷於會上接受主流國家媒體人民網專訪。



AURELIA | B.I.O.
BESPOKE INSIDE + OUT

個人化產品推薦工具

Aurelia London B.I.O. (內外訂製) 為個個性化產品推薦工具平台，旨在吸引更廣泛及更多元化的客戶群，展現特定Aurelia為所有膚質、年齡及種族提供日常護理的優點。

B.I.O.工具於二零二一年設計及開發，是品牌首推的個人訂製日常護膚程序，協助客戶解決特定皮膚關注及需要。該工具涵蓋與護膚有關的常見問題，以及生活方式及健康查詢。

我們與Jebbit合作，共同建立Aurelia B.I.O.體驗的技術涉及與護膚工具。Aurelia的設計師及項目負責



人與Jebbit團隊合作定制便於使用的全方位美容工具平台，該平台自推出以來已實現 頗高的完成率。

憑藉收集詳盡數據的額外優勢，我們可以運用工具平台以洞察消費者的需求，同時加強消費者數據、詳盡購物洞察、吸納消費者及提高消費者的忠實程度。

Aurelia B.I.O.項目於二零二一年第四季度推出「試用版」，於二零二二年二月推出B.I.O.訂製 計劃市場營銷方案。

AURELIA | B.I.O.
BESPOKE INSIDE + OUT

Our Aurelia B.I.O. personalisation tool is designed to offer you a bespoke inside and out beauty routine alongside recommendations and advice perfectly aligned to your own personal skin goals.



本地化

針對各個市場不同的消費者洞察，提供符合本地化需求的產品

由於健合產品市場分佈在全球15個國家和地區，針對每個市場消費者的特定口味和健康需求，我們的品牌所提供的產品系列會做相對應的調整。

因此，在品牌創新及產品挑選策略上，我們秉持「glocal」方針，即利用全球品牌，定制為切合本地消費者需求的產品。

我們緊貼全球以及特定市場消費者的趨勢及需求，進行定量和定性研究，明確當地消費者的健康保健需要可優先納入新產品開發的過程中，提供量身定制的產品組合。

在此，我們以Swisse斯維詩品牌作為例子，闡釋我們如何利用消費者洞察及本地化策略，調整市場的上產品組合。

在集團若干市場(澳大利亞、中國大陸及意大利)的消費者調查中支出，消費者在挑選產品時，會根據以下幾點進行考量：

- 消費者更傾向於選擇那些能提供解決方案的維生素補充劑產品；
- 當消費者對維生素補充劑產品的科學功效有任何質疑，或其不熟悉品牌或產品原產地時，其會猶豫應否購買；
- 消費者會聽取當地可信賴醫療專業人士的意見，作為其中一個影響彼作出購買決定的主要因素；
- 消費者傾向將可持續發展的品牌與天然成分及可回收的包裝聯想起來。

在开发产品的过程中，我們將本地的文化規範，包括宗教等因素納入考慮範圍中。舉例而言，我們注意到在東南亞，有很多消費者尋求清真認證的食品。因此，Swisse斯維詩於二零二一年推出四款獲得清真認證的維生素補充劑，包括Swisse斯維詩 Ultivite E-sential Multivitamin、Swisse斯維詩 Beauty Vegan Vita-Skin、Swisse斯維詩 Ultiboost Omega 3(含維生素E)及Swisse斯維詩 Biotin Forte(含維生素C及鋅)。

同时，针对发生率明显的健康问题，我们也会作出相对应的举措。舉例而言，於中國大陸，消費者尤其關注肝臟健康。北京大學人民醫院報告，估計肝癌是中國四大惡性腫瘤，亦為第二大死亡率的癌症類型。考慮到高死亡率，及早預防對本地消費者至關重要。

中國大型電子商務平台-京東健康平台的銷售統計數據進一步證實有關消費者需求，顯示整體護肝產品種類於二零一七年至二零二零年的複合年增長率上升為64%，而相關護肝產品銷售額的複合年增長率增長為59%。我們亦注意到，於二零二一年六月，「排毒」相關品類於中國大陸跨境電子商務渠道的健康補充品類別佔市場份額的37.1% (資料來源: Easy Data)。

於二零二一年，我們推出新產品Swisse斯維詩 Plus Liver Detox Tonic & Cleanse以回應消費者的需要。在推出該產品前，我們對抗衰老及肝臟排毒進行臨床前研究，確保我們能夠向消費者提供優質有效的產品。



資料來源：1. 由Qualtrics Research Services 進行維生素買家使用及態度研究—澳大利亞、意大利及中國 (Vitamin Buyer Usage and Attitudes Research – Australia, Italy and China)



全球品牌，本地化體驗

我們品牌的市場營銷方針的目標是共融、正面及內容豐富，讓更多消費者參與，並支持彼等享受健康及保健過程。

我們採用「glocal」模式，讓地區團隊利用全球化品牌，推廣迎合本地消費者所需的产品。



本地可持續發展系列

為了設計本地化產品組合迎合目標消費者所需，同時，在可行情況下尽量使用本地材料生產，支持本地可持續發展計劃。

於二零二一年十二月推出的Swisse斯維詩 Earth，該系列旨在增強本地採購、生產及實踐可持續發展的承諾，並與本地社區合作。為生產Swisse斯維詩 Earth系列產品，Swisse斯維詩澳大利亞團隊與本地為環境及涉及社區採用可持續發展及合乎道德的做法的原材料供應商合作。選取在澳大利亞收成及栽種的本土天然「超級」食材營養豐富，包括卡卡杜李、檸檬香桃木及戴維森李等。

卡卡杜李原材料供應商夥伴為 Mamabulanjin Aboriginal Corporation。該機構為位於澳大利亞西部Broome鎮的非牟利機構，通過支持專業發展、經濟獨立、代表及教育倡議協助原住民社區。斯維詩

與該機構成為分享有共同價值觀的夥伴關係，旨在改善當地土壤健康、減少負面環境影響、提升產量以及加強消費者對動植物的瞭解及認知。

我們的團隊專注於該系列產品的可持續發展特質，推動可持續發展作為消費者之間的理想目標。

Swisse 斯維詩選擇並與澳洲模特兒 Magnolia Maymuru 合作，其為該系列產品的代言人。Swisse 斯維詩全球代言人、演員Chris Hemsworth 亦通過實時播放的澳大利亞電視台晨早訪問節目及其擁有53百萬以上追隨者的Instagram社交媒體帖子表示支持，其亦在 Instagram 上分享其搭配 Ms Maymuru的系列產品宣傳影片。

於推出該系列產品時，我們亦把握機會進一步訓練及告知澳大利亞團隊成員以及健合集團更廣泛可持續發展承諾的供應商及零售銷售夥伴。



母乳替代品負責任營銷

母乳是無可替代的，這是生命初始的最佳營養來源。因此，作為一個生產嬰兒配方奶粉的企業，我們需要時刻留意與我們產品相關的任何營銷及傳播所帶來的影響，為母親及新生兒健康生活提供支持。我們在二零一八年制定了《母乳替代品盡責營銷政策》(BMS政策)，有關政策可瀏覽我們的官網。我們於二零二零年修訂了該政策，該調整將指導團隊在國家或地區政策較健全政策寬鬆的情況下做出調整，用新方式開展業務。在2021年，在現有的BMC政策基礎上，我們重新審視針對嬰幼兒營養產品的戰略實施，增加關鍵研發項目以幫助倡導和提升母親母乳餵養的效率。我們亦繼續鞏固BMS政策及執行主要條款。

隨著嬰幼兒營養與護理業務單元(BNC)委員會的發展，我們回顧並更新了實施和監測方法。BNC委員會由銷售BMS政策範圍內的產品的每個品牌和地區的營銷和監管代表組成，並就以下事項進行商討：

- 及時了解本地和全球行業的發展和變化
- 監督健合集團在嬰兒營養和護理相關(包括母乳替代品)方面的方法和定位
- 匯報關於BMS政策的區域培訓情況
- 提出並討論BMS政策的相關挑戰
- 向集團風險管理部和董事會報告有關BMS政策的遵守情況
- 討論於「健合集團負責任的營銷違規表」提出的任何關注和違規情況，並做出相應回應(職責分配)。

附錄

FOR THE LOVE OF GENERATIONS TO COME

05

健合集團營運實體

澳大利亞及新西蘭	註冊成立地點
Farmland Dairy Pty Ltd	澳大利亞
SW Translink Packaging Pty Ltd	澳大利亞
Swisse Wellness Pty Ltd (Australia)	澳大利亞
Swisse Wellness Group Pty Ltd	澳大利亞
SWG Holdco Pty Ltd	澳大利亞
S W International Pty Ltd	澳大利亞
SW Production Holdings Pty Ltd	澳大利亞
Health and Happiness (H&H) Australia Pty Ltd	澳大利亞
Swisse Wellness Pty Ltd (New Zealand)	新西蘭
中國大陸	註冊成立地點
合生元(長沙)營養食品有限公司	中國大陸
合生元(廣州)健康產品有限公司	中國大陸
廣州杜迪嬰幼兒護理用品有限公司	中國大陸
廣州合生元營養與護理研究院	中國大陸
廣州市合愛信息技術有限公司	中國大陸
廣州市媽媽一百電子商務有限公司	中國大陸
健合(中國)有限公司	中國大陸
詩微仕(廣州)健康產品貿易有限公司	中國大陸
健合(海南)營養品有限公司	中國大陸
亞洲(中國大陸除外)	註冊成立地點
Health and Happiness (H&H) Hong Kong Limited	中國香港特別行政區
Swisse China Limited	中國香港特別行政區
New H ² Limited	中國香港特別行政區
Health and Happiness (H&H) Taiwan Limited	中國台灣
Health and Happiness (H&H) Malaysia Sdn Bhd	馬來西亞
Health and Happiness (H&H) Trading India Private Limited	印度
PT Health and Happiness Indonesia	印尼
Health and Happiness (H&H) Singapore PTE. LIMITED	新加坡
Health and Happiness (H&H) (Thailand) Co., Ltd.	泰國
H&H Group DMCC	阿拉伯聯合酋長國
歐洲及英國	註冊成立地點
Biostime合生元 Institute for Nutrition and Care	日內瓦
BBB	法國
Health and Happiness France Holding	法國
Biostime合生元 Pharma	法國
Laboratoires Polive	法國
Health and Happiness (H&H) Research Limited (Ireland)	愛爾蘭
Health and Happiness (H&H) Italy S.R.L	意大利
Health and Happiness (H&H) Netherlands B.V.	荷蘭
Swisse Wellness GmbH	瑞士
Aurelia Skincare Limited	英國
Health and Happiness (H&H) UK Limited	英國
北美	註冊成立地點
Solid Gold Pet, LLC	美國
Zesty Paws, LLC	美國

截止2021年12月31日的營運實體

*於2021年10月收購 - 報告中僅部分涵蓋

方法

報告數據按議題、地點或部門進行一系列網上調查收集。健合集團不同職能和地點的團隊成員共完成72份調查。每份調查中都會獲取與我們的重要議題相關的信息，一旦收集關於趨勢的數據分析，發現出任何大異常值或可能的數據輸入錯誤，我們將會對照發票、總賬數據或用於監察關鍵主題的其他平台等記錄，進行交叉檢查。

環境資料是通過基於現場的調查收集的，該調查涵蓋了11個最重要的地點，代表集團經營所在的不同國家/地區和不同的營運類型，例如倉庫、工廠或辦公室。我們的大多數工廠都有來自不同品牌和實體的團隊成員，因此這是捕獲環境資料的最有效方法。

我們正在不斷改進這一過程，但是，作為一家業務多元化的全球性企業，我們面臨著多樣化的業務，資料可用性和品質挑戰。我們的資料獲取側重於中國大陸和澳大利亞，其中90%以上的排放發生在集團內部。澳大利亞業務受益於超過10年在捕獲環境績效資料的經驗，因此我們擁有可靠的資料。我們齊心協力努力收集中國大陸工廠和最大的辦公地點(IFC)的資料，但多數地區辦公室暫時無法提供細節。

總體而言，2021年溫室氣體核算基於105個地點中11個(約占10%的地點)的活動資料，

通過建模外推剩餘資料。在沒有活動數據的運營場所，通過使用2020年或2019年按國家/地區和設施類型劃分的每團隊成員進行比較。健合集團的運營國家包括澳大利亞、紐西蘭、中國、新加坡、印度、泰國、馬來西亞、印尼、瑞士、法國、義大利、荷蘭、愛爾蘭、英國和美國。所代表的組織類型包括工廠、實驗室、倉庫、包裝設施和辦公室。如果資訊不足，我們使用下一個最具可比性的選項。總體而言，2021年的庫存包括占總電力的49%，64%的廢物，7%的水和97%的商務旅行的活動資料。員工通勤的所有資料都是使用標準計算器估算的。

我們致力於根據資料品質層次結構提高未來報告期的品質，以減少未來報告期庫存中的不確定性。溫室氣體清單基於溫室氣體協定公司會計和報告標準(“溫室氣體協議公司標準”)及其附加適用指南。

方法 (續)

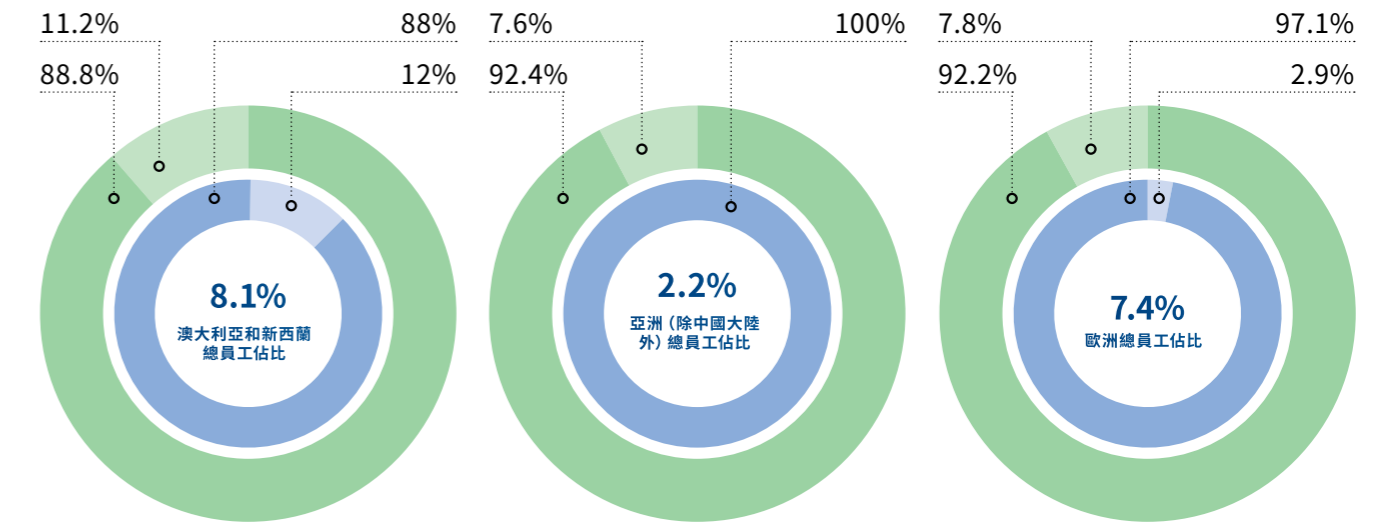
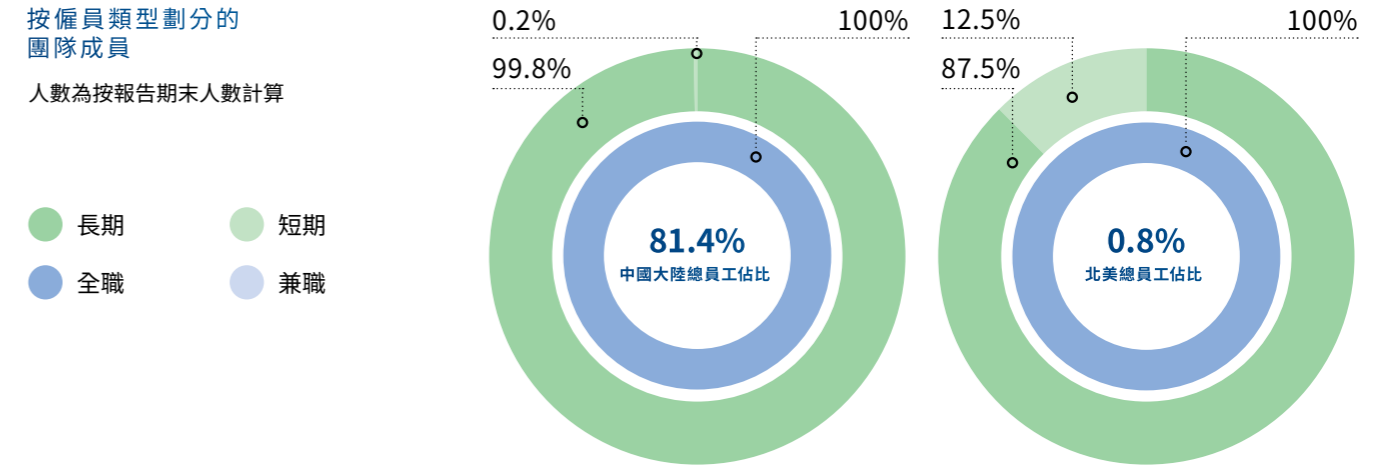
關於模型假設的進一步說明：

- 當我們使用全職團隊成員數字進行推斷時，沒有活動的營運場所和少量團隊成員數量是容易觀察到，如果團隊成員數量上升，則同比顯著增加 (例如，隨著印度和日內瓦團隊成員數量增加，耗電量增加30%-50%)
- 根據總部 (國際金融公司IFC場所) 提供的活動資料，對中國大陸的所有辦事處進行了建模。
- 在美國的兩個新場所：奧蘭多和賈斯特菲爾德，資料是根據去年的資料修改的洛杉磯作為代理的計算。
- 泰國辦事處的建模基於中國香港特別行政區辦事處的活動資料。
- COVID-19封鎖的影響已模擬到我們對企業旅行，員工通勤，廢物的耗水的排放計算中。我們在維基百科中列出了每個國家的受封鎖影響的天數。
- 以下場所被確定為在2021年受到COVID封鎖的影響：

<ul style="list-style-type: none"> - 劍橋街 一年中50%處於鎖定令之下 - 奧本 一年中30%處於鎖定令之下 - 奧克蘭 一年中50%處於鎖定令之下 - 阿姆斯特丹 一年中50%處於鎖定令之下 - 科克 一年中30%處於鎖定令之下 	<ul style="list-style-type: none"> - 日內瓦 一年中11%處於鎖定令之下 - 倫敦 一年中22%處於鎖定令之下 - 米蘭 一年中12%處於鎖定令之下 - 巴黎 一年中8%處於鎖定令之下 - 新加坡 一年中60%處於鎖定令之下
---	---
- 所有營運場所的團隊成員總數已從二零二零年的3,463個減少到二零二一年的3,283
- 由於印度場所僅運營到去年9月，因此我們將其建模為一年有75%時間在運營。

附錄3

有關員工的進一步資料



按僱傭合約劃分的員工總數
(長期及短期)

我們通常僱用長期團隊成員：

長期員工	97.8%
短期員工	2.2%

根據性別劃分：

長期員工	64.2% 女性	35.8% 男性
短期員工	80.8% 女性	19.2% 男性

按僱傭類型劃分的員工總數
(全職及兼職)

我們通常僱用全職團隊成員：

全職員工	98.7%
兼職員工	1.3%

根據性別劃分：

全職員工	64.5% 女性	35.5% 男性
兼職員工	90.9% 女性	9.1% 男性

*備註：
 · 鑒於中國的長期僱傭合同普遍以三年作為一個簽訂週期，該類僱傭方式也統計在長期僱傭類型。
 · 我們以人數方式計量。數據日期為二零二一年十二月三十一日。
 · 我們於二零二一年共有7名無保證時數團隊成員—其中四名為女性，三名為男性。

重要議題

提升健康意識

產品安全與質量

確保我們的產品以及所有成分和過程都經過測試，符合安全要求並且確保高質量。這包括在實現整個供應鏈的可追溯性，以防止冒牌並保護消費者的安全。

消費者參與

與我們的消費者聯繫，以吸引消費者了解和關注健合集團的品牌、產品(和益處)，以及消費者可以如何與健合共同參與健康之旅，包括品牌與消費者之間建立信任和持久的關係，以支持整個國際市場的業務增長。專注於數字化將是實現這一目標的關鍵。

促進消費者健康的創新

投資研發新產品，不斷改善現有產品的營養和功效。專注於滿足消費者的健康和福祉需求，並利用數字科技的力量來實現這一目標。

負責任的營銷(和標籤規範)

對健合集團產品的效果、好處、局限和替代方案進行高透明度溝通。確保在產品上準確透明地標記產品成分、營養成分和採購信息，使消費者易於理解，並使其能夠做出更好的健康決定。

社區影響和投資

健合集團對社區影響、參與度、對社會解決方案以及包容性增長的投資所作出的貢獻，包括從上游供應商到消費者和廢棄物管理整個價值鏈中的社區。

本地化

根據當地消費者的特定品味和健康需求量身定制我們的產品組合，採用當地食材和製造，以及支持當地環境的可持續實踐，例如再生農業。

產品的可及性和可負擔性

考慮我們的產品可及性和可負擔性，以滿足社區的健康和營養需求，協助解決因地緣政治、社會或環境破壞而導致的不平等和潛在的糧食短缺，並利用數字平台來解決這一挑戰。

減少環境足跡

可持續的包裝形式

設計我們的包裝，以減少生產和運輸中的能源消耗，減少浪費並促進回收。與供應商和研究機構合作，以了解和管理生命週期影響。

溫室氣體排放和能源

積極致力於減少我們運營和價值鏈中的溫室氣體排放量和能源消耗，包括從原料、運輸以及製造的溫室氣體排放量和能耗。增加使用低環境影響的可再生能源。

土地管理與生物多樣性

了解並努力減低供應鏈對土地、土壤和生物多樣性的影響，特別是在原料稀缺的地方，減少從脆弱的生態系統和/或支持瀕危物種的生態系統中索取資源。支持可持續農業實踐，從而確保長期優質的供應。

廢棄物管理

我們的目標是減少垃圾堆填量並提高資源回收率，這包括與合作夥伴和供應商共同管理我們供應鏈和運營中產生的廢棄物。

水管理

我們的用水和廢水的處理方法。耗水集中在我們的運營地和供應鏈，而我們與供應鏈合作以減少用水量。我們關注廢水的目的是確保生產運營用水得到負責任的處理，不會造成水污染或對當地社區或環境造成不利影響。另外，我們對產品進行設計，以避免產品使用或處置過程中對水的污染。

氣候風險

了解和管理我們在整個價值鏈中面臨的與氣候相關的風險和機遇，包括考慮向零碳經濟過渡的影響以及氣候變化的物理影響。

支持社會公平發展

健康、安全和福祉

積極管理和監控我們團隊成員及供應鏈中的健康和​​安全風險。建立支持健康、安全和福祉的支持性政策、企業氛圍。

人才吸引、保留和發展

吸引、發展和保留技術熟練的員工是戰略優先重點；確保我們擁有並發展人力資本，以進行創新、發展和駕馭全球消費品市場，這包括培訓和投資團隊的長期、可持續成功。

員工權益和反對現代奴隸制

在工作場所和供應鏈中為自己的團隊成員確保一致、公平和具吸引力的薪酬和工作條件。尊重和保護所有人的權利，為健合集團的業務價值作出貢獻，這包括在供應鏈中積極識別和管理反對現代奴隸制的風險。

多元化和包容性

接納並包容企業內各職級和所有地區的團隊成員的多元化。認識到這為我們的企業帶來的價值。支持我們的供應鏈和當地社區的多元化和包容性。

動物福利

在健合集團品牌產品中，積極管理動物的生活質量和福利，包括動物衍生成分的生產、產品的研發和測試。

完善企業管治

供應鏈管治、關係和連續性

確保妥善管理供應商合作夥伴關係，以確保高質量、可靠的供應；並管理社會和環境影響(尤其是在我們的重要議題中強調的影響)，不僅包括原材料採購，亦包括研發關係、製造和包裝流程。

合規和政府關係

代表行業積極參與政策並與各級政府合作，並確保合規性。與各國政府建立積極的關係對確保貿易和商業未來的長期安全日益重要。

倫理、正直與信任

無論在內部還是在與我們的供應商、合作夥伴的外部關係以及與客戶的互動時，確保業務運營遵守明確的高倫理、法律和道德標準，包括制定反賄賂和腐敗的政策和流程。

戰略與願景

整合全球戰略和願景，包括在多個品牌、國家和不同文化中整合和管理健合集團的戰略。在一家年輕公司進行多項併購的同時，管理快節奏戰略的風險和挑戰，包括整合我們的工作和溝通方式，並利用自身的多樣性來實現業務成功。

數據隱私和安全

確保健合集團的合作夥伴和團隊成員遵守數據保護、網絡安全法律和內部政策。除了合規性以外，這還關係到我們系統保護客戶、團隊成員和合作夥伴的數據的穩健性。

監管標準

下表列出了適用於我們的產品、所屬行業的主要監管機構和相關標準。

產品類型	澳大利亞及新西蘭*	中國大陸	歐洲
營養補充劑或傳統藥物	澳大利亞藥品管理局 (TGA - Australia) 澳大利亞競爭與消費者公署 (ACCC) Medsafe (新西蘭)		
保健食品			
食品	澳大利亞新西蘭食品管理局 (FSANZ) 澳大利亞競爭與消費者公署 (ACCC)	國家市場監督管理總局 (SMAR) 國家標準 (GB 標準) 和中國海關 (GACC)	歐洲食品安全局 (EFSA) 及/或國家機關
嬰幼兒配方奶粉	澳大利亞新西蘭食品管理局 (FSANZ) 澳大利亞嬰幼兒配方奶粉營銷協議 澳大利亞競爭與消費者公署 (ACCC)	國家衛生健康委員會 (NHC)	
(上述類型亦符合世界衛生組織守則)			
寵物食品	澳大利亞農藥獸醫藥局 (APVMA) 澳大利亞競爭與消費者公署 (ACCC)	農業農村部 (MARA)	歐洲食品安全局 (EFSA) 以及各市場的國家機關
護膚品	澳大利亞工業化學物質導入管理計劃 (AICIS) 澳大利亞競爭與消費者公署 (ACCC)	國家藥品監督管理局 (NMPA) 化妝品監督管理條例 (CSAR)	國家機關 (即法國ANSM及 DGCCRF)

英國	美國	亞洲 (中國大陸以外)
*就傳統中草藥而言， 藥物及保健產品管理局 (MHRA)	美國食品藥品監督管理局 (FDA)	新加坡: 衛生科學局 (HSA) 中國香港特別行政區: 食物安全中心 馬來西亞: 國家藥品管理局 (NPRA) 泰國: 泰國食品藥品管理署 (FDA) 印尼: 食品藥品監督管理局 (BPOM) 越南: 越南衛生部轄下食品管理局
食物標準局 (FSA)	美國食品藥品監督管理局 (FDA)	新加坡: 新加坡食品局 (SFA) 中國香港特別行政區: 食物安全中心 馬來西亞: 食品安全及質量部 (FSQD) 泰國: 泰國食品藥品管理署 (FDA) 印尼: 食品藥品監督管理局 (BPOM) 越南: 越南衛生部轄下食品管理局
		中國香港特別行政區: 食物安全中心 新加坡: 新加坡食品局 (SFA) 馬來西亞: 食品安全及品質部 (FSQD) 泰國: 泰國食品藥品管理署 (FDA) 印尼: 食品藥品監督管理局 (BPOM) 越南: 越南衛生部轄下食品管理局
(上述類型亦符合世界衛生組織守則)		
食物標準局 (FSA)	食品藥品監督管理局獸醫中心 美國飼料品管協會 (AAFCO) 國家動物補充品理事會 (NASC)	中國香港特別行政區: 漁農自然護理署 (香港) 新加坡: 新加坡食品局 (家禽及動物產品) 馬來西亞: 獸醫服務部 (DVS) 泰國: 動物飼料及獸醫產品控制 (AFVC) 印尼: 農業部 (動物畜牧及健康部長) 越南: 越南農業與農村發展部 (MARD)
產品安全與標準辦公室 (OPSS)		香港: 消費品安全 新加坡: 衛生科學局 (HSA) 馬來西亞: 國家藥品管理局 (NPRA) 泰國: 泰國食品藥品管理署 (FDA) 印尼: 食品藥品監督管理局 (BPOM) 越南: 越南衛生部轄下藥品管理局

披露索引

(包括GRI指標和香港聯交所環境、社會及管治報告指引)

GRI標準標題	GRI披露項	主題	章節	頁碼	香港聯交所環境、社會及管治報告指引	備註
健合集團資料						
GRI 102:一般披露 2016	102-1	組織名稱	關於本報告	4		
GRI 102:一般披露 2016	102-2	活動、品牌、產品和服務	品牌 產品類別	14-15		
GRI 102:一般披露 2016	102-3	總部位置	關於本報告 全球業務	4 12-13		
GRI 102:一般披露 2016	102-4	經營位置	全球業務	12-13		
GRI 102:一般披露 2016	102-5	所有權與法律形式	關於本報告	4		
GRI 102:一般披露 2016	102-6	服務的市場	全球業務	12-13		
GRI 102:一般披露 2016	102-7	組織規模	關於本報告 歡迎來到健合集團	4 12-21		詳細的集團財務表現可見2021年年報
GRI 102:一般披露 2016	102-8	關於員工和其他工作者的信息	集團員工 附錄3	12 129	B1.1	
GRI 102:一般披露 2016	102-9	供應鏈	價值鏈 製作與加工	76-77 106-109		
GRI 102:一般披露 2016	102-10	組織及其供應鏈的重大變化	關於本報告	4		
GRI 102:一般披露 2016	102-11	預警原則或方針	減少環境足跡>2021年亮點 完善企業管治>風險管理	48-49 72		
GRI 102:一般披露 2016	102-12	外部倡議	協會及對外活動 與聯合國組織全球契約10條原則和可持續發展目標保持一致	20-21 28-29		
GRI 102:一般披露 2016	102-13	協會的成員資格	協會及對外活動	20-21		
其他		知識產權	完善企業管治>知識產權	73	B6.3	

GRI標準標題	GRI披露項	主題	章節	頁碼	香港聯交所環境、社會及管治報告指引	備註
健合集團的可持續發展						
GRI 102:一般披露 2016	102-14	高級決策者的聲明	董事長寄語 行政總裁致辭	6-7	強制披露規定>管治架構>董事會聲明	
GRI 102:一般披露 2016	102-18	管治架構	可持續發展管治	8-9		
GRI 102:一般披露 2016	102-20	行政管理層對於經濟、環境和社會議題的責任	可持續發展管治	8-9		
GRI 102:一般披露 2016	102-22	最高管治機構及其委員會的組成	可持續發展管治	8-9		
GRI 102:一般披露 2016	102-31	經濟、環境和社會議題的評審	可持續發展管治	8-9		
GRI 102:一般披露 2016	102-40	利益相關方群體列表	集團可持續發展	24-27	強制披露規定>匯報原則>重要性	
GRI 102:一般披露 2016	102-41	集團談判協議	支持社會公平發展>財務安全	60		
GRI 102:一般披露 2016	102-42	利益相關方的識別和遴選	集團可持續發展	24-27	強制披露規定>匯報原則>重要性	
GRI 102:一般披露 2016	102-43	利益相關方參與方針	集團可持續發展	24-27	強制披露規定>匯報原則>重要性	
GRI 102:一般披露 2016	102-44	提出的主要議題和關切問題	集團可持續發展	24-27	強制披露規定>匯報原則>重要性	
GRI 102:一般披露 2016	102-47	實質性議題列表	集團可持續發展 附錄4	24-27 130-131	強制披露規定>匯報原則>重要性	
報告實踐						
GRI 102:一般披露 2016	102-45	合併財務報表中所涵蓋的實體	關於本報告 附錄1	4 126	強制披露規定>匯報範圍	
GRI 102:一般披露 2016	102-46	界定報告內容和議題邊界	關於本報告 集團可持續發展	4 24-27		
GRI 102:一般披露 2016	102-48	信息重述	附錄7	144		
GRI 102:一般披露 2016	102-49	報告變化	集團可持續發展	24-27		
GRI 102:一般披露 2016	102-50	報告期	關於本報告	4		

GRI標準標題	GRI披露項	主題	章節	頁碼	香港聯交所環境、社會及管治報告指引	備註
GRI 102:一般披露 2016	102-51	最近報告日期	關於本報告	4		
GRI 102:一般披露 2016	102-52	報告週期	關於本報告	4		
GRI 102:一般披露 2016	102-53	有關本報告問題的聯繫人信息	聯繫方式	5		
GRI 102:一般披露 2016	102-54	符合GRI標準進行報告的聲明	關於本報告	4		
GRI 102:一般披露 2016	102-55	GRI內容索引	附錄6	134-143		
GRI 102:一般披露 2016	102-56	外部鑒定	關於本報告 附錄8	4 143-144		
社區影響和投資						
GRI 103:管理方法 2016	103-1, 103-2, 103-3	管理方法	提升健康意識>社區支持和參與	36-45	B8, B8.1	
GRI 201:經濟績效 2016	201-1	直接產生和分配的經濟價值	關於本報告 全球業務 提升健康意識>社區支持和參與	4 12-13 36-37	B8.2	詳細的集團財務表現可見2021年年報
在消費者健康的創新						
GRI 103:管理方法 2016	103-1, 103-2, 103-3	管理方法	創新	78-87		
其他		新產品發佈數量	創新	78		
		專利數量,研發投入,合作	創新>研究和發展	86		
產品安全與質量						
GRI 103:管理方法 2016	103-1, 103-2, 103-3	管理方法	質量管理	88-93	B6, B6.4	
GRI 201:客戶健康與安全	416-1	對產品和服務類別的健康與安全影響的評估	質量管理	88-93	B6.1, B6.2	
	416-2	設計產品和服務的監看關於安全影響的違規事件	質量管理	90	B6	
產品的可及性和可負擔性						
GRI 103:管理方法 2016	103-1, 103-2, 103-3	管理方法	分配>產品的可及性	115		
其他		面向消費者直接銷售的增長	分配>產品的可及性	115		
		氣團產品覆蓋的新地區	分配>產品的可及性	115		
消費者參與						
GRI 103:管理方法 2016	103-1, 103-2, 103-3	管理方法	戰略和願景 市場>消費者參與	16-19 116-119		
其他		PPAE方法和消費者參與倡議	市場>消費者參與	116-119		

GRI標準標題	GRI披露項	主題	章節	頁碼	香港聯交所環境、社會及管治報告指引	備註
本地化						
GRI 103:管理方法 2016	103-1, 103-2, 103-3	管理方法	市場>本地化	120-121		
其他		關於“全球”方法的定性披露	市場>本地化	120-121		
盡責營銷(和標識)						
GRI 103:管理方法 2016	103-1, 103-2, 103-3	管理方法	市場>本地化	116-123	B6	健合集團(母乳代用品盡責營銷政策)可在健合集團網站上查看(我們的影響>集團政策與實踐)
GRI 417:營銷與標識 2016	417-2	涉及產品和服務信息與標識的違規事件	質量管理	93		
	417-3	涉及市場營銷的違規事件	質量管理	93		
溫室氣體排放和能源						
GRI 103:管理方法 2016	103-1, 103-2, 103-3	管理方法	減少環境足跡	48-53	A1, A1.5, A2, A2.3, A3, A3.1	
GRI 305:排放 2016	305-1	直接(範疇1)溫室氣體排放	減少環境足跡>排放	51	A1.2	
	305-2	能源間接(範疇2)溫室氣體排放	減少環境足跡>排放	51	A1.2	
	305-3	其他間接(範疇3)溫室氣體排放	減少環境足跡>排放	51		
	305-4	溫室氣體排放強度	減少環境足跡>排放	51	A1.2	
	305-7	氮氧化物(NOx)、硫氧化物(SOx)和其他重大氣體排放	減少環境足跡>2021年亮點	48-49	A1.1	
GRI 302:能源 2016	302-1	組織內部的能源消耗量	減少環境足跡>能源消耗	52	A2.1	
	302-3	能源強度	減少環境足跡>能源消耗	52	A2.1	
GRI 307:環境合規 2016	307-1	違反環境法律法規	減少環境足跡>2021年亮點	48-49	A1	
廢棄物管理						
GRI 103:管理方法 2016	103-1, 103-2, 103-3	管理方法	減少環境足跡>2021年亮點	48-49	A1, A1.6, A2, A3	
GRI 306:廢棄物 2020	306-1 306-2		減少環境足跡>廢棄物管理	54-55		
GRI 306:廢棄物 2020	306-3	產生的廢棄物	減少環境足跡>廢棄物	55	A1.3, A1.4	
水管理						
GRI 103:管理方法 2016	103-1, 103-2, 103-3	管理方法	減少環境足跡	48-49	A2, A2.4	
GRI 303:水資源與污水 2018	303-5	耗水	減少環境足跡>耗水	51	A2.2	

GRI標準標題	GRI披露項	主題	章節	頁碼	香港聯交所環境、社會及管治報告指引	備註
氣候風險						
GRI 103:管理方法 2016	103-1, 103-2, 103-3	管理方法	減少環境足跡	48-49	A4, A4.1	
其他		已經識別的氣候風險	減少環境足跡	48-49		
土地管理和生物多樣性						
GRI 103:管理方法 2016	103-1, 103-2, 103-3	管理方法	原材料採購	94-105	A2, A3, A3.1	
GRI 304:生物多樣性 2016						此信息目前不適用。我們目前沒有在地資源或系統來收集和分析相關信息，但正在努力把相關信息納入到未來報告中。
可持續包裝						
GRI 103:管理方法 2016	103-1, 103-2, 103-3	管理方法	包裝	110-111		
GRI 301:物料 2016	301-1	所用物料的重量或體積	包裝>包裝數據	112-113	A2.5	未報告輸入物料-僅有包裝材料，這是健合集團的實質性議題。報告提供了按材料類型的包裝分類。
	301-2	其所使用的的回收進料	包裝>包裝數據	112-113		未報告輸入物料-僅有包裝材料，這是健合集團的實質性議題。
	301-3	回收產品及其包裝材料	包裝>包裝數據	112-113		未報告輸入物料-僅有包裝材料，這是健合集團的實質性議題。
健康、安全與福祉						
GRI 103:管理方法 2016	103-1, 103-2, 103-3	管理方法	支持社會公平發展>工作環境和額外福利	59		
			支持社會公平發展>健康和 安全	62	B2, B2.3	
			支持社會公平發展>支持團 隊成員的福祉的健康和福祉	66-67		

GRI標準標題	GRI披露項	主題	章節	頁碼	香港聯交所環境、社會及管治報告指引	備註
GRI 403:職業健康與安全 2018	403-4	職業健康安全事務:工作者的參與、協商和溝通	支持社會公平發展>健康和 安全	62		
	403-5	工作者職業健康安全培訓	支持社會公平發展>健康和 安全	62		
	403-6	促進工作者健康	支持社會公平發展>工作環 境和額外福利	59		
			支持社會公平發展>支持團 隊成員的福祉的健康和福祉	66-67		
	403-8	工傷	支持社會公平發展>健康和 安全	62		
	其他	因工死亡	支持社會公平發展>健康和 安全	62	B2.2	
其他	因工死亡	支持社會公平發展>健康和 安全	62	B2.1		
人才吸引、留任與發展						
GRI 103:管理方法 2016	103-1, 103-2, 103-3	管理方法	支持社會公平發展>健合集 團人才圈	58		
			支持社會公平發展>AID人 才管理	59	B1, B3	
			支持社會公平發展>培訓 與發展	68-69		
GRI 401:僱傭 2016	401-1	違反環境法律法規	支持社會公平發展>招聘	60		
			支持社會公平發展>流失	61	B1.2	
GRI 404:培訓與教育 2016	404-1	每名員工每年接受培訓的平 均小時數	支持社會公平發展>培訓 與發展	68-69	B3.2	
			定期接受績效和職業發展考 核的員工百分比	59		
其他		接受培訓的員工百分比	支持社會公平發展>培訓 與發展	68-69	B3.1	
員工權利和現代奴隸制						
GRI 103:管理方法 2016	103-1, 103-2, 103-3	管理方法	支持社會公平發展>工作環 境和額外福利	59		
			支持社會公平發展>現代 奴隸制	62	B1, B4, B4.1, B4.2	健合集團《現代奴隸制聲明》可在健合集團網站上查看(我們的影響>集團政策與實踐)
			加工與製造	106-109		

GRI標準標題	GRI披露項	主題	章節	頁碼	香港聯交所環境、社會及管治報告指引	備註
GRI 407: 結社自由與集體談判	407-1	結社自由與集體談判權利可能面臨風險的運營點和供應商	支持社會公平發展>工作環境和額外福利	59		
			支持社會公平發展>財務安全	60		
			加工與製造	106-109		
GRI 408: 童工 2016	408-1	具有重大童工事件風險的運營點和供應商	支持社會公平發展>工作環境和額外福利	59		
			支持社會公平發展>現代奴隸制	62		
			加工與製造	106-109		
GRI 409: 強迫或強制勞動 2016	409-1	具有強迫或強制勞動事件重大風險的運營點和供應商	支持社會公平發展>工作環境和額外福利	59		
			支持社會公平發展>現代奴隸制	62		
			加工與製造	106-109		
多元融合						
GRI 103: 管理方法 2016	103-1, 103-2, 103-3	管理方法	支持社會公平發展>工作環境和額外福利	59	B1	
			支持社會公平發展>招聘	60		
			支持社會公平發展>多元、公平和融合	64		
GRI 405: 多元化與平等機會 2016	405-1	管治機構與員工的多元化	可持續管治	8		
			支持社會公平發展>多元、平等和融合	64		
其他		育兒假	支持社會公平發展>育兒假	63		
動物福利						
GRI 103: 管理方法 2016	103-1, 103-2, 103-3	管理方法	原材料採購>動物福利	100-103		
其他		植物基戰略和全集團品牌中植物基和或純素產品的百分比	原材料採購	94-95 101		
			零殘忍認證	原材料採購>動物福利	101	

GRI標準標題	GRI披露項	主題	章節	頁碼	香港聯交所環境、社會及管治報告指引	備註
戰略與願景						
GRI 103: 管理方法 2016	103-1, 103-2, 103-3	管理方法	戰略與願景	16-19		
其他		戰略舉措的定性披露	戰略與願景	16-19		
道德、正直和信任						
GRI 103: 管理方法 2016	103-1, 103-2, 103-3	管理方法	完善企業管治	70-73	B7, B7.2, B7.3	
GRI 102: 一般披露 2016	102-16	價值觀、原則、標準和行為規範	支持社會公平發展>介紹	58		
GRI 102: 一般披露 2016	102-17	關於道德的建議和關切問題的機制	完善企業管治>打擊潛在欺詐與腐敗	70-72		
GRI 205: 反腐敗 2016	205-3	經確認的腐敗事件和採取的行動	完善企業管治>打擊潛在欺詐與腐敗	70-72	B7.1	
合規與政府關係						
GRI 103: 管理方法 2016	103-1, 103-2, 103-3	管理方法	完善企業管治>政府事務	73	B7	
GRI 415: 公共政策 2016	415-1	政治性捐贈	完善企業管治>政府事務	73		
數據隱私與安全						
GRI 103: 管理方法 2016	103-1, 103-2, 103-3	管理方法	完善企業管治>隱私	73	B6, B6.5	
GRI 418: 客戶隱私 2016	418-1	與侵犯客戶隱私和丟失客戶資料有關的經證實的投訴	完善企業管治>隱私	73		
供應鏈管治、供應商關係與延續性						
GRI 103: 管理方法 2016	103-1, 103-2, 103-3	管理方法	原材料採購	94-105	B5, B5.2, B5.3, B5.4	健全集團《供應商行為準則》可在健全集團網站上查看(我們的影響>集團政策與實踐)
			加工與製造	106-109		
GRI 308: 供應商環境評估 2016	308-1	使用環境標準篩選的新供應商	加工與製造	106-109	B5.2	
GRI 414: 供應商社會評估 2016	414-1	使用社會標準篩選的新供應商	加工與製造	106-109	B5.2	
其他		地理劃分的供應商數量	加工與製造	108-109	B5.1	

重述聲明

在2021年，我們提高了對披露資料點的審查水準，包括完整性，縮小我們的資料差距，減少假設和頻率。此外，還有核驗過程使我們能夠在以前的資料點中發現一些錯誤。

我們希望更正以下兩個相關方面的錯誤：

- 2020年所有能源的強度指標以MWh為單位，”我們辦公室的每個團隊成員”和”每單位生產”中發生轉換錯誤，分別是1000和100倍。這些應分別顯示為每人1.8兆瓦時和每單位0.25千瓦時。
- 2020年錯誤地沒有將水界定為範圍三來源，該範圍已在2021年得到糾正。

雖然我們對之前的一些披露不準確感到遺憾，但健合集團確實是致力於透明度和持續改進我們的可持續發展績效報告。

報告核驗

中國節能皓信(香港)諮詢有限公司(「**中國節能皓信(香港)**」)、「**我們**」接受健合(H&H)國際控股有限公司(「**健合集團**」)的委託，對《健合集團可持續發展報告2021》(「**《可持續發展報告》**」)中披露的有關可持續發展的資料及數據執行獨立有限審驗工作(「**審驗工作**」)，並以發表獨立審驗聲明形式向《可持續發展報告》的使用者披露審驗結果。

中國節能皓信(香港)對健合集團對**《AA1000審驗標準 v3》**(「AA1000AS v3」)中規定的四項AA1000審驗原則(包容性、實質性、回應性及影響性)的遵循情況進行審驗。同時，中國節能皓信(香港)亦對《可持續發展報告》中按照香港聯合交易所有限公司(「**香港聯交所**」)發佈的《環境、社會及管治報告指引》(「**《ESG報告指引》**」)披露的特定績效信息的可靠性及質量開展有限的審驗工作。

本獨立審驗聲明有中文和英文版本。如這兩個版本之間有任何不相符之處，則請以英文版為準。

一、獨立性與能力

中國節能皓信(香港)沒有參與收集和計算數據或編撰《可持續發展報告》。中國節能皓信(香港)進行的審驗工作獨立於健合集團。除了合約訂明的審驗服務，中國節能皓信(香港)與健合集團沒有其他聯繫。

中國節能皓信(香港)的審驗團隊由行業內經驗豐富的專業人士組成。相關人士接受過如全球報告倡議組織發佈的《GRI標準》、AA1000AS v3、香港聯交所《ESG報告指引》、ISO 14064、ISO 9001等可持續發展相關標準的專業培訓。

中國節能皓信(香港)的審驗團隊擁有進行審驗工作的豐富經驗，並且對AA1000AS v3具有充分的理解和實踐能力，同時依據中國節能皓信(香港)的內部審驗規定開展可持續發展事宜的審驗工作。

二、健合集團的責任

健合集團的責任是依照香港聯交所發佈的《ESG報告指引》籌備並展示其《可持續發展報告》。健合集團亦負責並實施相關內部控制程序，以使《可持續發展報告》不存在由於欺詐或錯誤導致的重大錯誤陳述。

三、審驗機構的責任

中國節能皓信(香港)的責任是根據AA1000AS v3及香港聯交所發佈的《ESG報告指引》向健合集團董事會出具獨立審驗聲明。此獨立審驗聲明僅作為對《可持續發展報告》中所界定範圍內的相關事項進行審驗之結論，而不作為其他之用途或目的。

中國節能皓信(香港)確保參與審驗工作的人員符合專業資格、培訓和經驗要求，並具有實施審驗的能力。所有審驗結果均由資深人員進行內部評審以確保我們所使用的方法是嚴謹和透明的。

四、審驗範圍

- 審驗的範圍限於《可持續發展報告》涵蓋的健合集團及其附屬公司的數據和信息，不包括健合集團的供應商、承包商以及其他第三方的數據和信息。
- 中國節能皓信(香港)採用類型2中度審驗等級以評估健合集團遵循AA1000AS v3闡明的四項AA1000審驗原則(包容性、實質性、回應性及影響性)的性質和程度。
- 健合集團與中國節能皓信(香港)達成了一致協議，選定了《可持續發展報告》中披露的特定績效信息作為審驗內容。特定績效信息如下：
 - 電力消耗總量
 - 有害廢棄物總量
 - 包裝材料總量
 - 中國大陸地區員工流失率
 - 因工傷損失日數
 - 在當地社區從事志願服務的總時長
- 中國節能皓信(香港)審驗的時間範圍僅限於2021年1月1日至2021年12月31日公開的資料，對於此時間範圍外的資料或在《可持續發展報告》中所包括的任何其他資料均不在我們的審驗工作範圍內，因此我們不就此等信息發表任何結論。
- 審驗範圍乃基於並局限於健合集團所提供的信息及數據。對於本獨立審驗聲明所載內容或相關事項之任何疑問，將由健合集團一併回復。

五、審驗方法

中國節能皓信(香港)僅對健合集團總部及其位於中國廣州的辦事處和工廠範圍內進行審驗工作,工作內容包括:

- 對健合集團利益相關方參與過程的適宜性進行評估;
- 與涉及籌備和提供《可持續發展報告》的內容和資料的可持續性管理及相關營運地點人員進行線上訪談;
- 對《可持續發展報告》的編制與管理流程是否按照AA1000AS v3闡明的包容性、實質性、回應性及影響性原則進行評估;
- 對用於支持選定的特定績效信息的證據進行評估。對選定的特定績效信息進行有關數據可靠性及質量的隨機抽樣檢查;
- 對選定的特定績效信息進行重新計算;
- 評估《可持續發展報告》與《ESG報告指引》的符合程度;以及
- 我們認為必要的其他工作。

審驗工作基於健合集團提供予中國節能皓信(香港)的資料和數據所作之結論,並確保其所提供的信息是完整及準確的。

六、局限性

由於非財務資料未有國際公認和通用於評估和計量的標準,故此不同但均為可接受的信息和計量技術應用或會影響與其他機構的可比性。此外,由於新冠肺炎疫情,沒有開展現場訪談可能導致對於在線上訪談中了解到的政策的執行情況等事項得不到充分的保證。

七、結論

針對AA1000AS v3中包括的包容性、實質性、回應性及影響性原則,特定績效信息,以及對香港聯交所發佈的《ESG報告指引》的符合程度的審驗結論如下:

包容性

健合集團識別了主要利益相關方,積極與其開展溝通,並保有一份最新的、全面的利益相關方參與表格以跟蹤互動的渠道和頻率。在此基礎上,健合集團在制定可持續發展戰略時充分考慮了利益相關方的期望與關切。我們的專業意見認為,健合集團遵循包容性原則。

實質性

健合集團至少每兩年進行一次正式的全面重要性評估。通過回顧於前一年進行的最近的正式重要性評估,健合集團修訂了其2021年重要性矩陣。矩陣中重要性議題的調整得到了外部利益相關方的觀點的支持,並最終得到了董事會的審查和確認。我們的專業意見認為,健合集團遵循實質性原則。

回應性

健合集團為其利益相關方建立了了解他們期望與關注的渠道,並設有相應機制以回應利益相關方所關注的問題。此外,健合集團通過《可持續發展報告》,披露了可持續發展承諾和戰略、管理體系,以及利益相關方參與活動,並就可持續發展相關的重要性議題向利益相關方作出回應。我們的專業意見認為,健合集團遵循回應性原則。

影響性

健合集團修訂了重要性矩陣,將影響程度納入了重要議題評估的結果之中。這些識別到的影響將為未來幾年所修訂的可持續發展戰略提供支持,以及健合集團如何定義其承諾和相關的關鍵績效指標。我們的專業意見認為,健合集團遵循影響性原則。

特定績效信息

基於中國節能皓信(香港)執行的程序及取得的證據,對於《可持續發展報告》中選定的特定績效信息,我們沒有發現任何事項使我們懷疑其可靠性及質量。

香港聯交所《ESG報告指引》

《《可持續發展報告》之環境及社會範疇的一般披露和關鍵績效指標,在所有重大方面,乃按照香港聯交所《ESG報告指引》中的「不遵守就解釋」條文進行披露。管治架構、匯報原則和匯報範圍亦按照《ESG報告指引》中的強制披露規定進行披露。健合集團披露了重要議題評估的流程和結果;客觀地披露了其業務所帶來的影響;對有關環境及社會的數據進行了統計及披露。我們對《可持續發展報告》的審驗發現和意見已於本獨立審驗聲明發出前被健合集團採納或回應。

八、建議

我們建議健合集團可考慮在未來進一步加強以下工作:

- 強化重要性議題識別機制,披露所識別的重要性議題的優次排序,並持續提升利益相關方在重要性議題評估過程中的參與程度,以更好地了解及回應利益相關方的期望與關注;
- 強化風險管理及內部監控系統,並逐步擴大風險評估覆蓋範圍至整個ESG範疇,以應對重要性議題所帶來的影響。



2022年3月25日
中國香港特別行政區



WWW.HH.GLOBAL



BioStime

Swisse

Zesty Paw

solidgold

dodie

GOOD GOÛT

AURELIA
LONDON

cbII