

2022

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)

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（「可持續發展報告」或「本報告」）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」）編製，該公司在開曼群島註冊成立，並負有有限責任。本集團（亦稱健合或健合集團）的全球總部位於中國香港特別行政區，並在倫敦設有第二總部。二零一零年在香港聯交所（香港交易所）上市。

報告期和內容

本報告全面概括了健合集團在環境、社會和管治（ESG）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的全球業務與品牌，且包含相關製造、倉儲和配送中心以及公司辦公室。本報告涵蓋本集財務報告所涵蓋的健合營運實體，惟不包括少數權益。我們的營運實體載於附錄1。

本報告呈列二零二二曆年（即二零二二年一月一日至十二月三十一日，與本集團財務報告的報告期一致）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，涉及與內、外部利益相關方的溝通，並由董事會（「董事會」）進行核實。該流程確定了23個議題，這些議題在本報告中稱為「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報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」。

有關本集團財務表現及企業管治的詳情，請參見我們的《二零二二年年報》（其中包含《企業管治報告》），該報告於二零二三年四月三日與本報告同時發佈。

報告頻率及獲取本報告

自二零一六年起，我們每年呈報本集團的可持續發展表現。這是我們第七份集團層面的報告。

如欲獲取本《二零二二年可持續發展報告》及過往的可持續發展報告，可瀏覽 hh.global/EsgSustainabilityReporting#/SustainabilityReporting

本報告（及過往年度的可持續發展報告）的中文譯本亦可於我們的網站查閱。本報告的中文譯本與英文版本如有任何不一致，概以英文版本為準。

報告準則和外部標準

健合集團根據全球報告倡議組織（Global Reporting Initiative, GRI）標準及香港交易所《主板上市規則》附錄二十七《環境、社會及管治報告指引》（「香港交易所環境、社會及管治報告指引」）編製報告於二零二二年一月一日至二零二二年十二月三十一日期間的情況。

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7載列的披露索引。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。

外部核驗

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

我們針對可持續發展報告尋求外部有限核驗，以幫助確保本報告所載資料的質量。

中國節能皓信（香港）諮詢有限公司獲委任依據AA 1000審驗標準v3（2020）對本報告進行獨立有限核驗（「核驗聲明」）。附錄8所載核驗聲明描述了有限核驗委聘的範圍及基礎。核驗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。我們相信，外部核驗可令報告披露的內容更具公信力和信心。

聯絡我們

我們歡迎閣下與我們討論本報告內容，以及分享健合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：

Pascale Laborde
首席可持續發展官，全球市場和傳播總監
105 rue Anatole France
92300 Levallois-Perret, France
電子郵件：pascale.laborde@hh.global

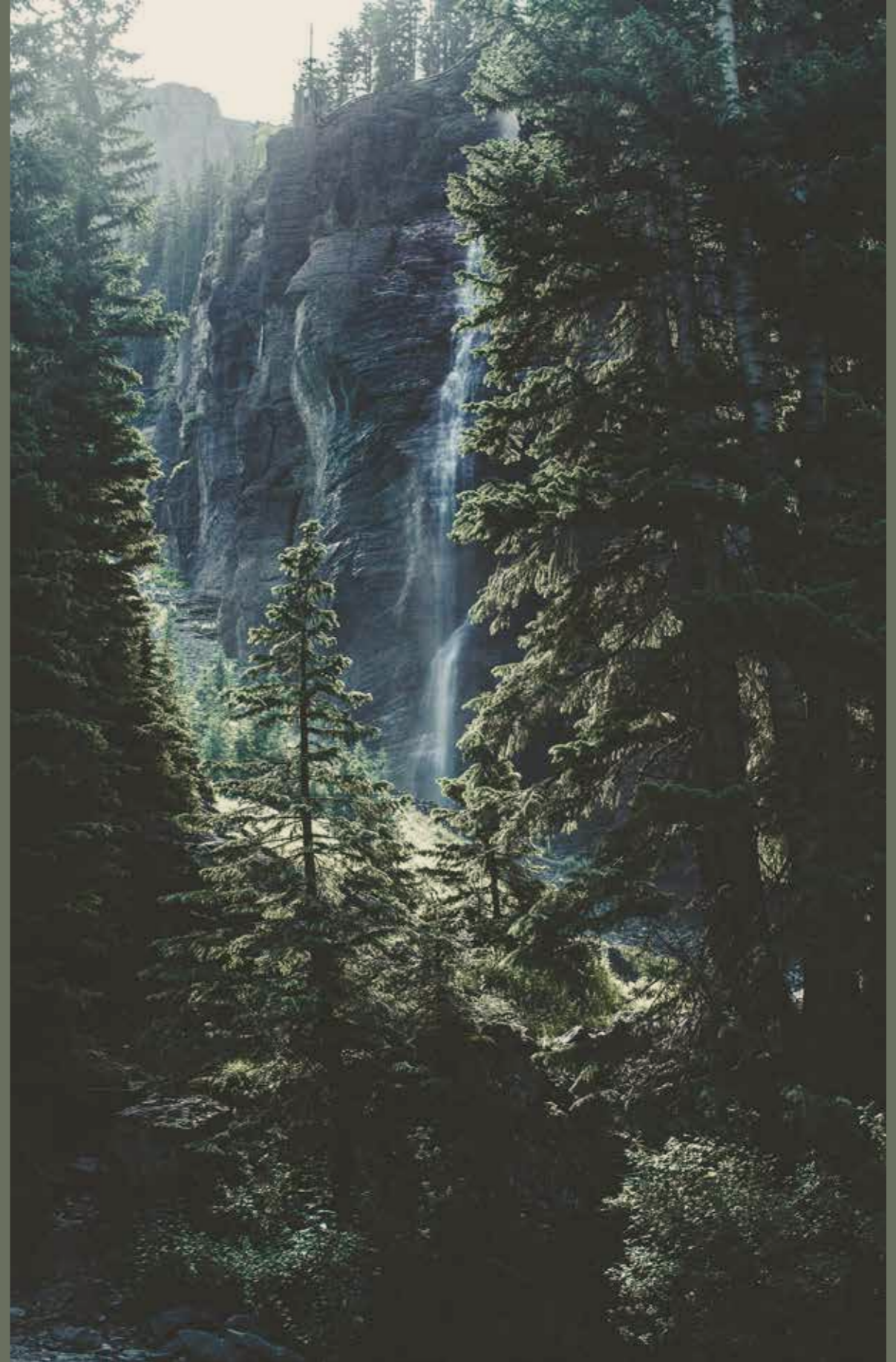
或

Emeline Maugé Sauteraud
全球可持續發展經理
中國香港鰂魚涌
華蘭路18號太古坊
港島東中心40樓4007-4009室
電子郵件：emeline.sauteraud@hh.global



目錄

關於本報告	01
主席致辭	06
署理行政總裁致辭	07
歡迎來到健合集團	11
集團員工	13
全球業務範圍	15
我們的品牌	17
業務單元	17
我們加入的協會	24
健合的可持續發展	25
二零二二年ESG表現亮點	27
可持續發展管治	29
可持續發展相關政策	35
確保重要議題與時並進	36
與利益相關方溝通	41
管理我們的影響	43
遵循聯合國全球契約十大原則和可持續發展目標	45
可持續發展承諾	47
健合可持續發展影響領域	49
提升健康意識	51
減少環境足跡	69
支持公平發展	91
完善企業管治	111
我們的價值鏈	123
創新	127
研究與開發	137
質量管理	145
原材料採購	155
加工製造	163
包裝	169
分銷	177
營銷	179
附錄	193
附錄1 — 健合集團營運實體	195
附錄2 — 有關員工的進一步資料	196
附錄3 — 重要議題	198
附錄4 — 利益相關方參與	202
附錄5 — 方法	204
附錄6 — 監管標準	205
附錄7 — 披露索引	207
附錄8 — 核驗聲明	218





主席致辭



負責任的商業實踐是健合集團價值觀的核心，亦是我們讓全世界的人們更健康、更快樂的使命。二零二二年，我們繼續加快可持續發展的努力，以實現我們的短期和長期目標，實現長期業務增長，造福於我們的團隊成員、利益相關方、社區和地球。可持續發展一直是健合集團的全球戰略不可或缺的一部分，對我們而言，將其進一步融入我們的整體業務框架至關重要。

董事會對我們的可持續性發展戰略負有最終責任。於二零二二年，董事會進一步完善其管治框架，並成立環境、社會及管治 (ESG) 委員會。環境、社會及管治委員會我們的由前行政總裁兼現任非執行董事 Laetitia Garnier 擔任主席，領導本集團的可持續性發展戰略，監督一切 ESG 事宜以及跟蹤我們的承諾及目標。

成立該環境、社會及管治委員會使我們加強對可持續性發展事項的管治，讓董事會更深入監察現時影響本集團及全球行業的環境、社會及管治事項。我們亦將環境、社會及管治關鍵績效指標 (KPIs) 納入高級管理人員的激勵計劃，將業務成就與環境、社會及管治緊密連繫。我們鼓勵所有團隊成員站在消費者的角度思考如何為我們的可持續發展目標做出貢獻，亦確保所有目標都能通過明確的行動計劃來實現。

董事會參與本集團的重要性評估，該評估突出了我們最重要的可持續性發展主題，並傳達可持續發展目標的進展。憑藉側重於影響力評估

及財務重要性的新方法，本集團釐清我們的影響所在，以及環境、社會及管治主題影響本集團創造經濟價值的方式。

外圍環境動盪不穩，健合集團在今年取得如此佳績，實在有賴團隊成員、供應商、渠道合作夥伴、投資者及價值網絡每一位利益相關方的努力不懈。我謹代表董事會藉此機會就他們鼎力支持我們達成目標及專注積極求變致以衷心感謝。

展望來年，我們將繼續履行使命，讓全世界數百萬人更健康、更快樂，並繼續實現可持續發展目標。我們期待在二零二三年及以後共同取得進一步有意義的進展。

羅飛
主席

署理行政總裁致辭



二零二二年，集團在我們優先可持續發展主題的影響方面取得了長足進步，並通過我們的四個核心可持續發展影響領域推動共享價值——提升健康意識、減少環境足跡、支持社會公平發展和完善企業管治。

我們的集團戰略旨在實現對我們的團隊成員、利益相關者、社區和環境產生積極影響的長期業務增長。我們繼續發展我們的共享價值模型，這反映了我們的信念，即商業成功與社會需求以及我們的人民、寵物和地球的健康和幸福交織在一起。

我們成功地維持了摩根士丹利資本國際 (MSCI) 環境、社會和治理 (ESG) 的“A”評級和香港質量保證局 (HKQAA) 的ESG表現的“A”評級。

支持每一位家庭成員的健康及福祉

健合獨特的產品組合立足於核心健康及保健趨勢，以造福消費者的健康，尤其關注健合的健康支柱，即營養、運動及正念。於二零二二年，我們展示了我們持續致力於在各個生命階段支持整個家庭的健康和福祉，並通過我們的品牌實現可持續的影響力。我們推出了高端的Swisse斯維斯產品，包括Swisse 斯維斯PLUS奶薊草護肝淨化片、Swisse斯維斯PLUS膽固醇片和Swisse斯維斯PLUS NAD+ 系列產品，這是一種經臨床證明可以幫助消費者健康老齡化的補充劑。

回饋社區

本人報告H&H公益基金於二零二二年向社區投資合共3.01百萬美元，較上一年上升32.7%，對此深感自豪。H&H公益基金踐行本集團的品牌宗旨，我們藉此繼續回饋當地社區。

加倍努力應對氣候變化

作為一家從事家庭營養業務的集團，我們承認我們有責任採取行動應對氣候變化及保護地球資源。

正如本報告所強調，我們的氣候行動方面正取得重大進展。我們確定了明確途徑減少溫室氣體排放，以助防止氣候變化的最壞影響。我們已完成本集團的整體全球碳足跡評估，包括範圍一、範圍二，以及對我們而言最重要的範圍三排放（即價值鏈的間接排放）。這一重要里程碑令我們能夠清楚了解影響範圍，並制定適當措施減少碳足跡。本人很高興地宣佈，我們已制定首個基於科學的減排目標，並計劃將其提交至科學碳目標倡議 (SBTi) 以供批准。

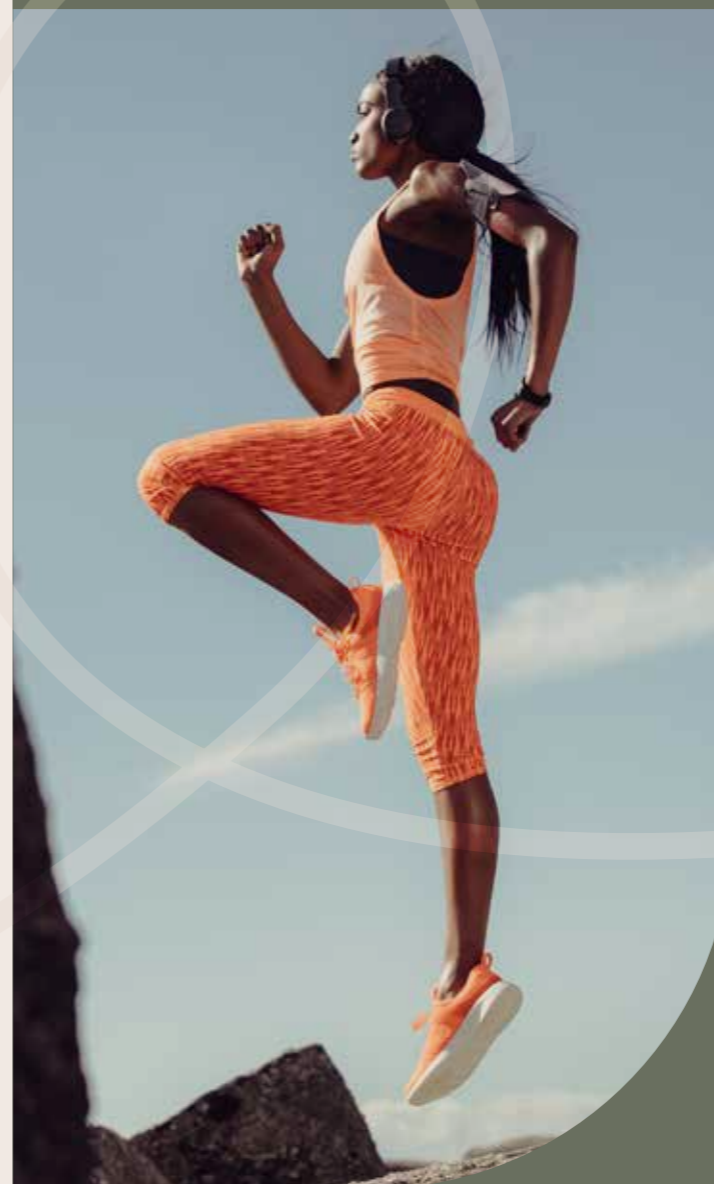
健合獨特的產品組合立足於核心健康及保健趨勢，以造福消費者的健康，尤其關注健合的健康支柱，即營養、運動及正念。

我們在減少環境足跡的行動亦取得具體成果，其主要歸功於我們在設施中採取的節水舉措。與二零二一年相比，我們自有生產設施的每單位產品耗水量減少了18.9%。與產品及業務模式中融入循環經濟，健合目前98%的包裝均為可回收、可生物降解或可堆肥，16%的包裝由回收材料製成。作為與循環經濟相關的創新措施，我們於澳洲的Swisse Earth系列採用屢獲殊榮的包裝，使用70%回收紙製成，以盡量減少對環境的整體影響。二零二二年，我們還啟動了多個項目來減少原生包裝的使用，例如通過降低某些Swisse斯維斯產品的小瓶尺寸。我們有信心最快在二零二三年推出這些項目。

肯定多元化、公平及包容性為本集團文化的關鍵支柱

二零二二年，我們明確將多元化、公平及包容性 (DE&I) 界定為本集團文化的核心支柱之一，並將於未來數年繼續融入此願景。我們衡量了全球DE&I足跡，並發佈全球DE&I聲明，當中界定了我們對營造具有DE&I的工作場所文化及體驗的承諾，讓人人得到尊嚴和尊重。

我相信，我們團隊上下的多元化——由超過64%的女性團隊成員組成——是我們最大的資產之一，我很高興我們的DE&I聲明為本集團在工作場所推進DE&I的方法提供了指引及方針。



本人報告H&H公益基金於二零二二年向社區投資合共3.01百萬美元，較上一年上升32.7%，對此深感自豪。H&H公益基金踐行本集團的品牌宗旨，我們藉此繼續回饋當地社區。

加強可持續發展治理

過去12個月，加強可持續發展治理一直是關注重點。作為集團不斷審查及改進環境、社會及管治持續承諾的一部分，我們成立了環境、社會及管治(ESG)委員會。ESG委員會的任務為協助董事會履行其職責，制定本集團的可持續發展戰略，並監督ESG風險及機遇。其將確保我們的ESG舉措與我們的戰略方向保持一致，並為所有利益相關方創造價值。

二零二二年，我們根據氣候相關財務信息披露工作組(TCFD)的建議繪製了氣候相關業務風險及機遇，這使我們能夠加強氣候相關的戰略治理及風險管理實踐。

作為本集團最關鍵的重大議題之一，加強我們的供應鏈管治為二零二二年的另一個關注重點。我們對供應網絡的可視性及控制力至關重要，而原材料的可追溯性目前及將來均為本集團的優先事項。至二零二二年底，我們評估了全球團隊為Swisse斯維詩品牌採購的前100及80% (按支出及數量計) 原材料的環境及社會風險。

二零二三年及未來展望

健合致力於通過為人類及寵物提供高端營養及個人護理解決方案，讓世界更健康、更快樂。

二零二三年，作為全球20家最大的嬰兒配方奶粉企業之一，我們將繼續推動負責任的母乳代用品營銷實踐，加入營養獲取指數(ATNI)。我們將繼續進一步於核心戰略及企業管治中融入可持續性，並與ESG委員會合作，確定可持續發展的主要長期趨勢，這些趨勢將塑造未來並影響業務，使我們能夠繼續實現可持續和長遠增長。

Akash Bedi

AKASH BEDI
署理行政總裁

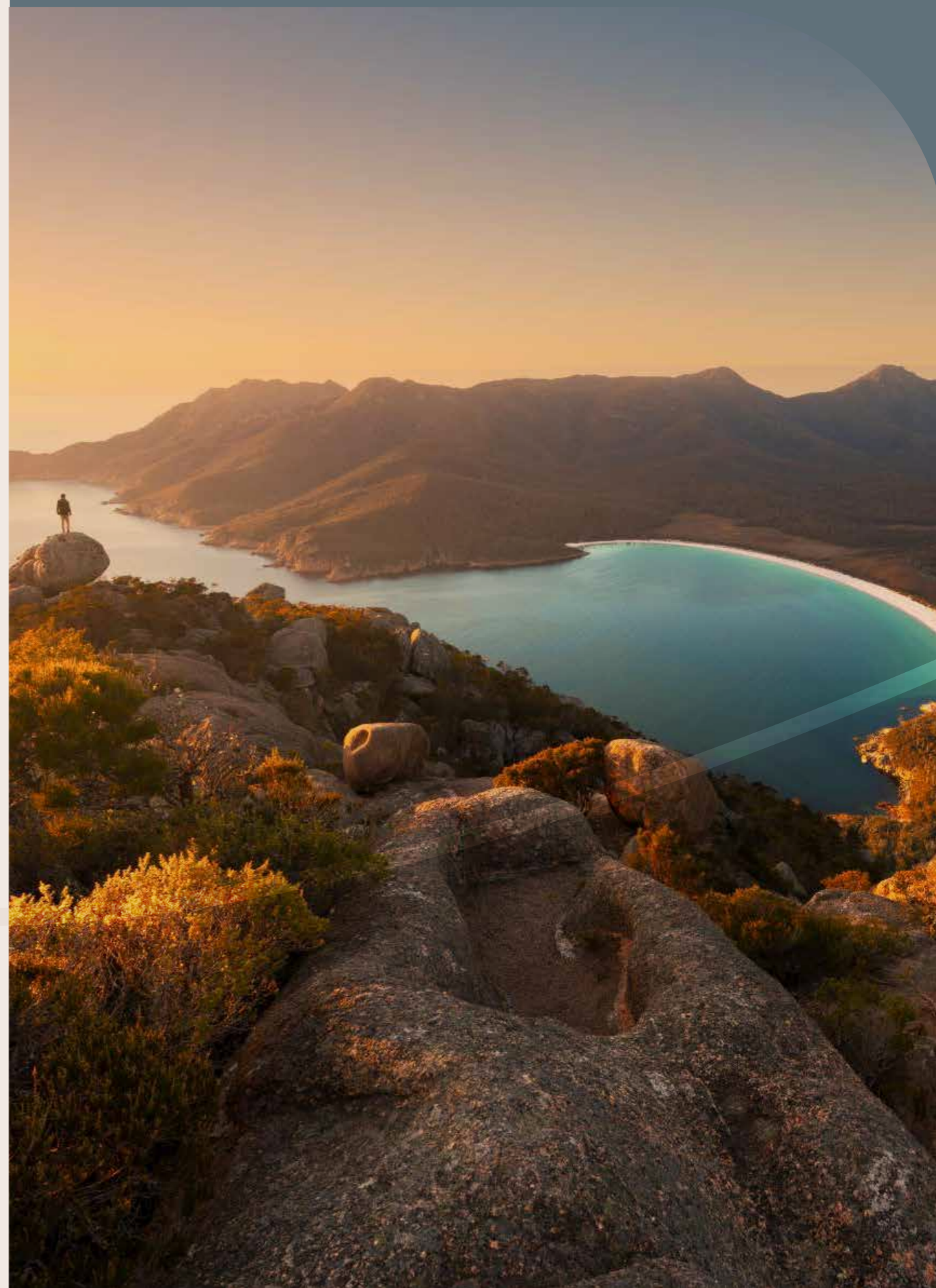


歡迎來到健合集團

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，我們矢志激發人們的保健意識，同時為社會及地球作出積極貢獻。

01

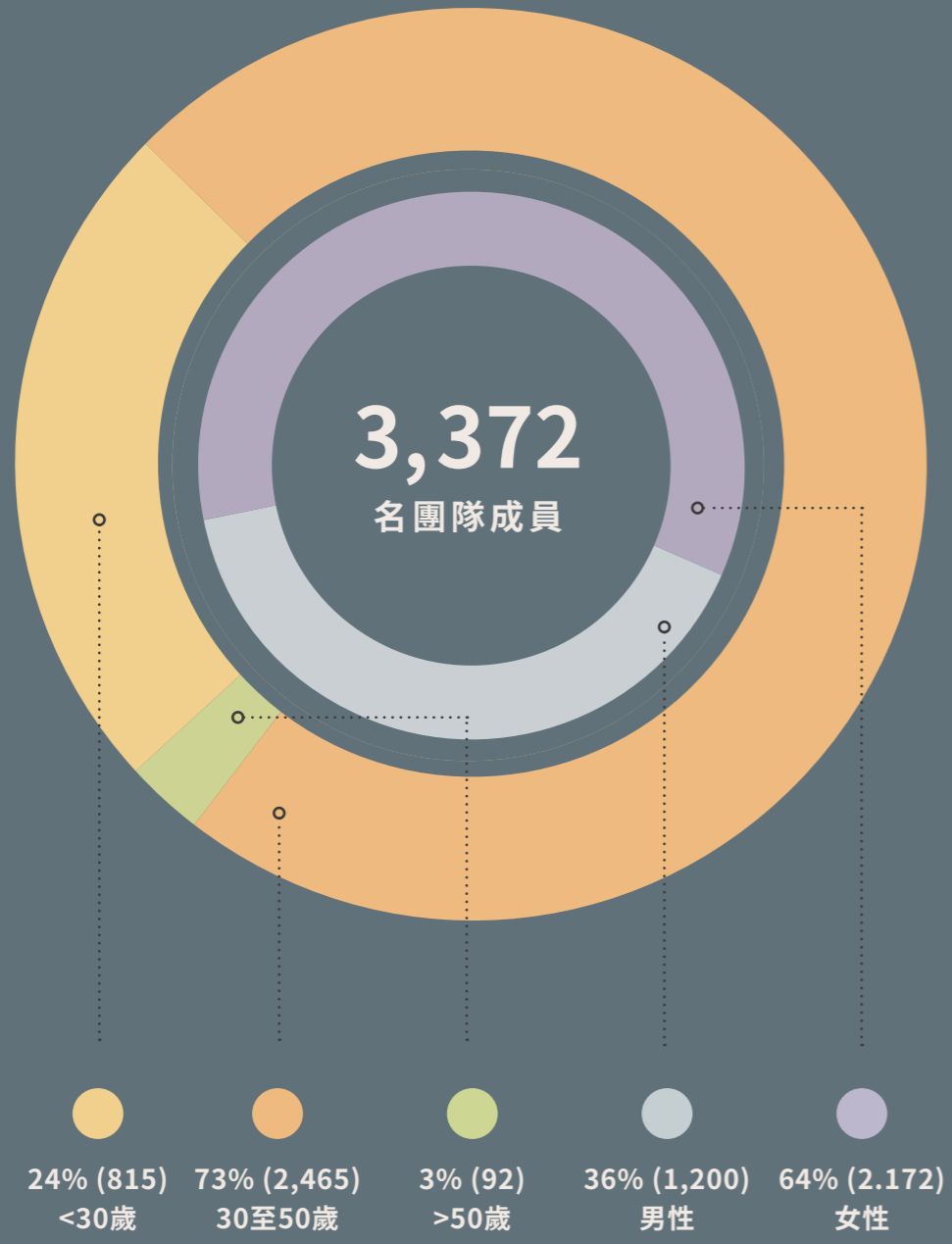
H&H Group



集團員工

員工與熱情是我們的致勝之道。

按性別及年齡範圍劃分的團隊成員*



有關團隊成員明細的進一步詳情，請參閱附錄2。

*除另有規定者外，本報告中有關團隊成員的數據按報告期末的全職團隊成員呈報。全職團隊成員方法與我們大多數內部報告所使用的方法一致，令我們能夠披露更準確的數據。

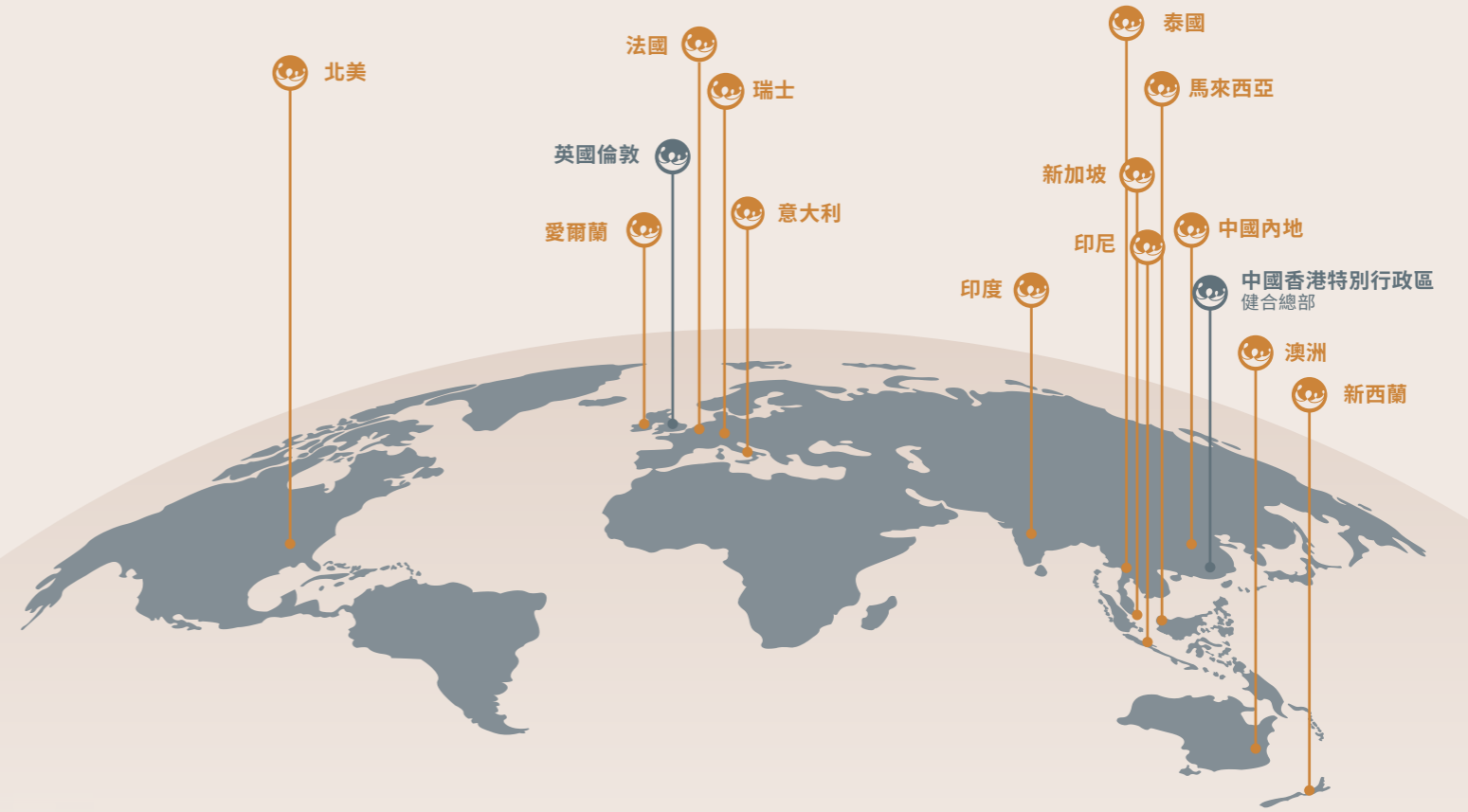


全球業務範圍

健合集團的全球總部位於中國香港特別行政區。我們於二零二二年第一季度在倫敦設立第二總部，以支持我們的業務發展及全球化戰略。

我們的團隊成員遍佈15個國家及地區—澳洲、新西蘭、大中華地區、新加坡、印度、泰國、馬來西亞、印尼、瑞士、法國、意大利、愛爾蘭、英國、美國及加拿大。

中國內地	68個營運場所	2,621名團隊成員(77.7%)
澳洲及新西蘭	4個營運場所	283名團隊成員(8.4%)
歐洲	7個營運場所	265名團隊成員(7.9%)
北美	2個營運場所	130名團隊成員(3.9%)
亞洲(不包括中國內地)	5個營運場所	73名團隊成員(2.1%)



我們的市場(不同市場的收入貢獻)

全球收益總額: 人民幣12,775.9百萬元

中國內地	人民幣9,565.9百萬元
澳洲及新西蘭	人民幣1,387.3百萬元
北美	人民幣1,220.8百萬元
其他區域(包括歐洲及亞洲, 不包括中國內地)	人民幣601.9百萬元

於二零二二年, 我們擴大了於亞洲若干國家的業務, 包括汶萊、斯里蘭卡、越南以及阿拉伯聯合酋長國。

我們的品牌

我們旗下擁有八個高端品牌，即Biostime合生元、Swisse斯維詩、Zesty Paws快樂一爪、Solid Gold素力高、Dodie杜迪、Good Goût咕咕好味和Aurelia London，為整個家庭（包括寵物）提供經科學實證有效的營養及健康解決方案。

歡迎來到健合集團

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。

152,013,428

已售產品單位總數

* 我們的ANC業務還包括CBII (CBD補充劑和護膚品)。我們並無於禁止銷售CBD的任何市場銷售CBD產品。二零二二年，CBII產品僅可面向英國及美國18歲以上的消費者。

嬰幼兒營養及護理用品 (BNC)

人民幣6,687.2百萬元
收入貢獻



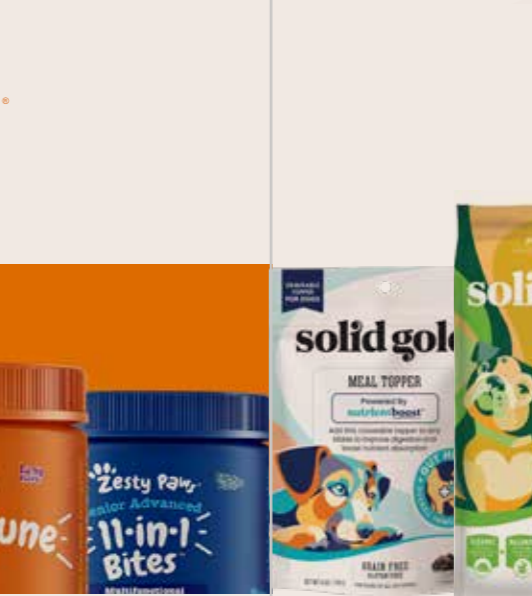
成人營養及護理用品 (ANC)

人民幣4,559.2百萬元
收入貢獻



寵物營養及護理用品 (PNC)

人民幣1,529.5百萬元
收入貢獻



業務戰略與願景

本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遠價值的願望。

聚焦消費者，是「自外至內」的戰略方法，能讓公司拓展業務時，基於消費者需求及我們於競爭中致勝作出周全決策。

我們的主要增長貢獻仍來自三大業務支柱，即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於現有市場的有機增長，以及將我們的核心品牌Biostime合生元、Swisse斯維詩及Zesty Paws快樂一爪擴展至蘊藏高增長潛力的新市場。我們相信，我們可以繼續以核心業務支柱為基礎，尤其是擴大寵物營養及護理用品業務，通過產品開發的針對性創新及新技術進一步推動有關業務。

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、可持續發展的企業，致力於未來投資、為企業與社會創造共同價值及可持續盈利增長的平台。

我們也堅信，可持續發展對集團而言是必要元素而非選擇。共享價值在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的全球戰略中發揮越來越重要的作用。

我們制定了未來三年的穩健發展計劃以繼續實現可持續盈利增長，並不斷擴大主要產品品類的市場份額。



健合增長框架

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

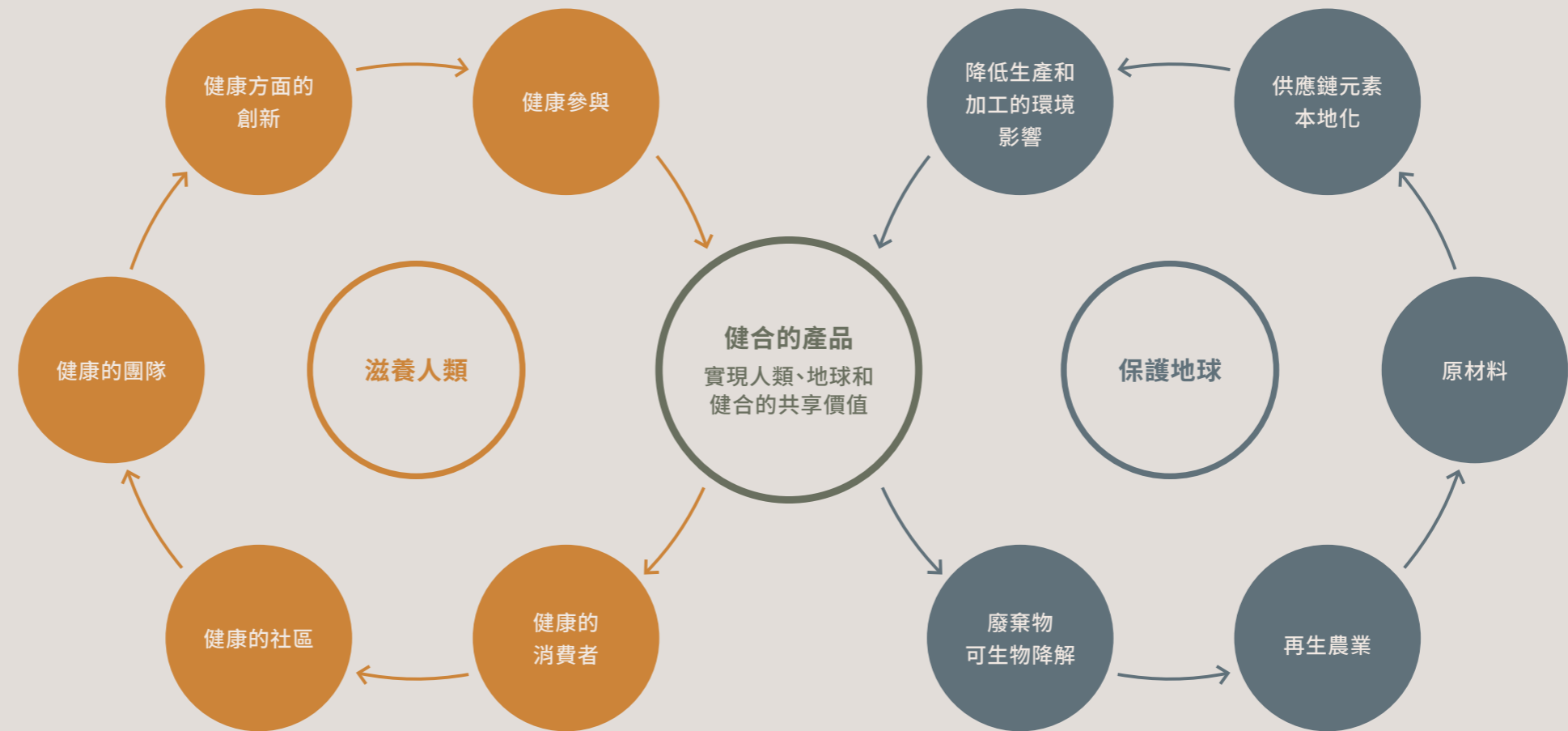


核心增長點	全球化及多元化	未來戰略投資佈局			
<p>明確主要市場的核心品牌</p> <ul style="list-style-type: none"> • Biostime合生元中國內地市場 • Swisse斯維詩中國內地市場 • Swisse斯維詩澳新市場 • Zesty Paws快樂一爪美國和中國內地市場 • Solid Gold素力高中國內地和美國市場 	<p>全球化及多元化</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zesty Paws快樂一爪全球化 • Swisse斯維詩全球化 • Biostime合生元全球化 • 其他子品類（嬰幼兒食品、嬰幼兒護理、護膚） 	<p>未來戰略投資佈局</p> <ul style="list-style-type: none"> • 數字化 • 可持續性創新 • 通過夥伴關係實現突破性創新 			
可持續的盈利增長	正確的戰略	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

為了實現我們的願景，我們的集團戰略旨在實現長期業務增長，令我們的團隊成員、利益相關方、社區及環境獲益。

我們的業務成功與社會需要以及人類、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。





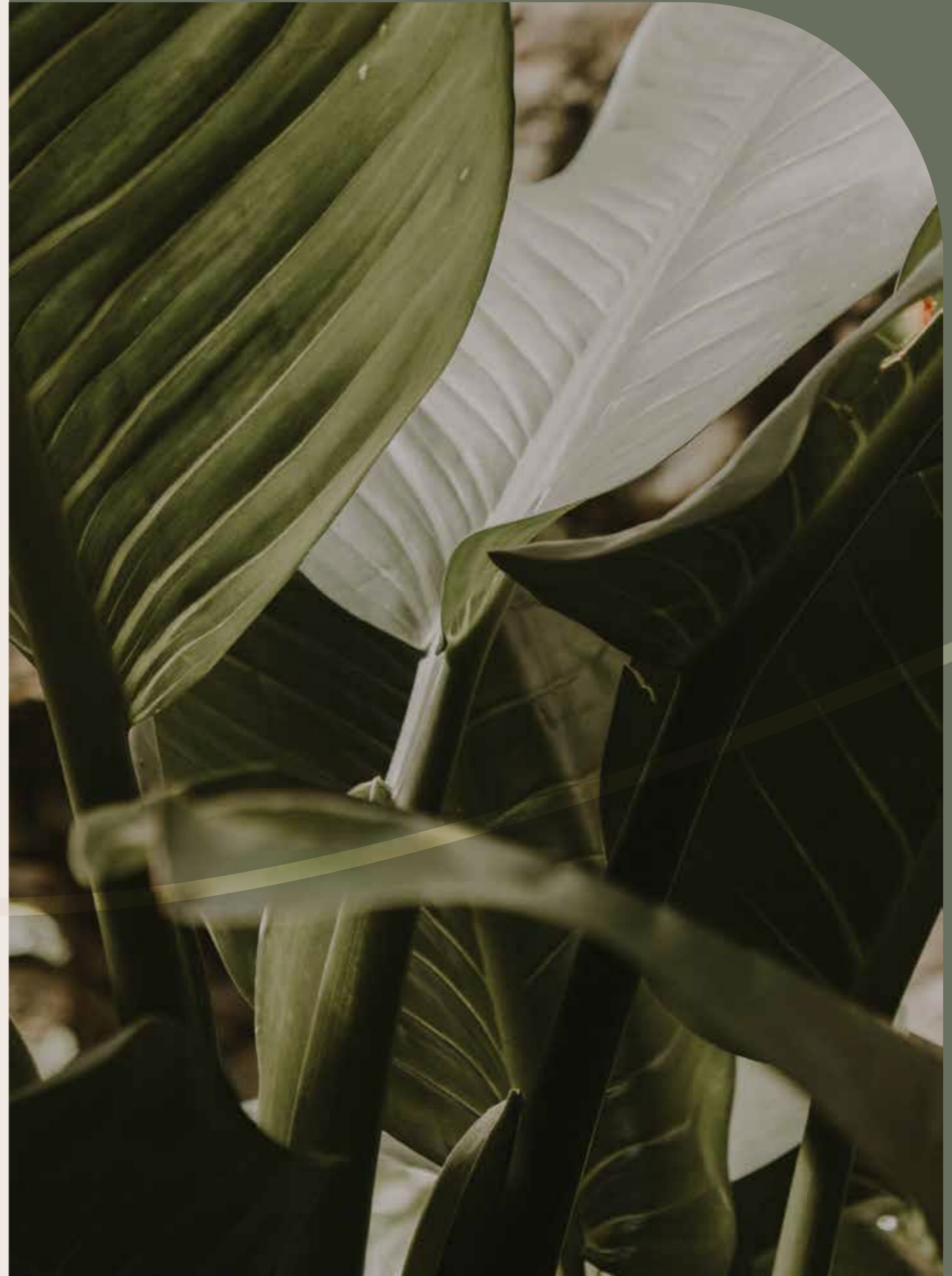
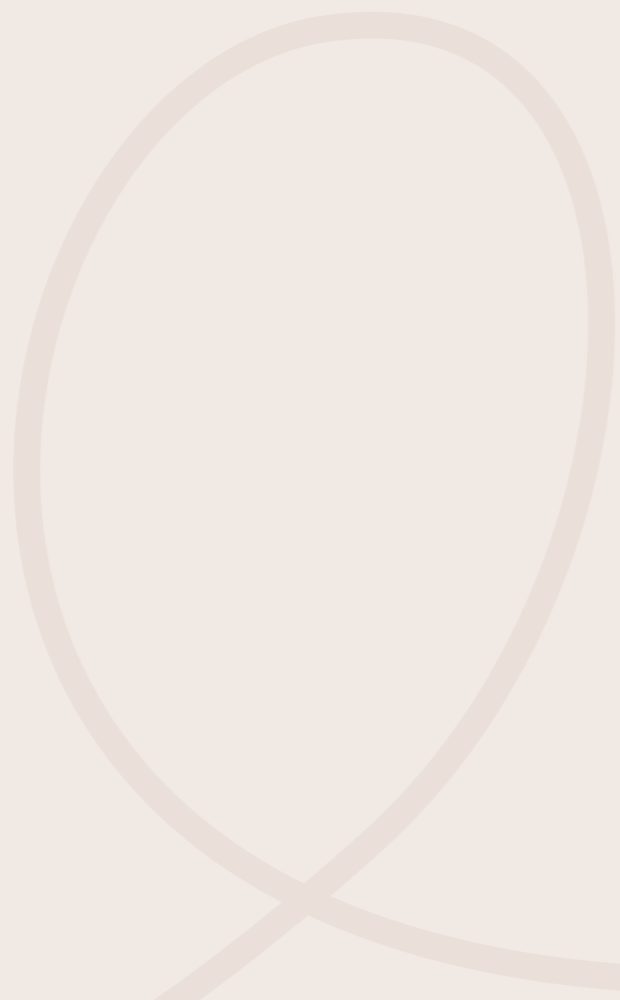
我們加入的協會

我們在多個行業協會中扮演重要角色，並加入我們認為於若干議題中具有共同價值、需要認證或存在合作機會（無論是科學、創新、質量、營運或更廣泛的倡議方面）的協會。作為有能力改善營運所在社會及經濟環境的跨國公司，我們認為我們有義務加入該等協會。



健合的可持續發展

02



二零二二年ESG表現亮點

 <p>MSCI ESG RATINGS</p> <p>CCC B BB BBB A AA AAA</p>	<p>3.01百萬美元</p> <p>社區投資 (較二零二一年增加32.7%)</p>	<p>100%</p> <p>所有業務營運均使用 100%可再生能源</p>	<p>4</p> <p>項卓越職場 (Great Place to Work) 認證</p> 
<p>啟發多元化、 公平及包容性願景</p>	<p>二零二二年成立的 環境、社會及管治委員會</p>	 <p>澳洲二零二二年— 最佳女性工作場所 (Best Workplaces for Women) 入選</p>	<p>計算集團整體的碳足跡， 建立基於科學的溫室氣體 減排目標</p>
	 <p>健合北美—二零二二年 最佳商業獎之年度客戶 服務部 (Customer Service Department of the Year category in Best in Biz Awards 2022) 銅獎</p>	 <p>Swisse Earth獲PIDA銅獎</p>	
<p>於二零二二年六月， 健合簽署聯合國 《女性賦權原則》</p>	 <p>健合自二零一八年起參加聯合國全球契約</p>		<p>綠色可持續發展貢獻獎</p> <p>2022首屆國際綠色零碳節</p>

免責聲明：健合 (H&H) 國際控股有限公司使用MSCI ESG Research LLC及其聯屬公司 (「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。

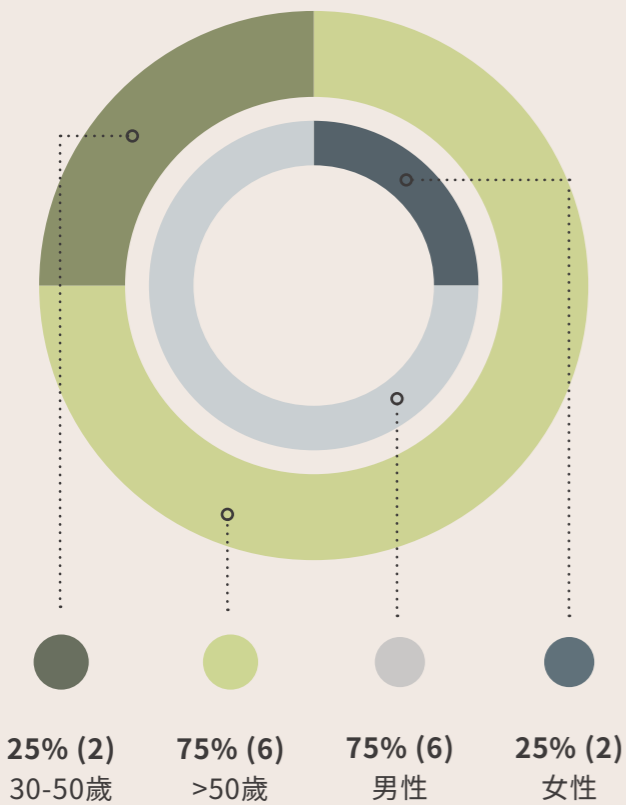
可持續發展管治

在健合，我們相信堅實的可持續發展管治架構可加強公司識別及應對可持續發展機遇及風險的能力，並有助促進業務的長期增長及韌性。因此，我們於二零二二年強化可持續發展事項的管治，進一步將可持續發展納入我們的核心理念及企業管治。

董事會

董事會（「董事會」）對可持續發展戰略及報告負有最終責任。

按年齡組別及性別劃分的董事會成員*



* 根據於二零二三年一月一日董事會組成的資料。



羅飛
執行董事
董事會主席
任職12年



王亦東
執行董事
任職5年



張文會
非執行董事
任職12年



陳偉成
獨立非執行董事
任職12年



羅雲
非執行董事
任職12年



Laetitia Albertini*
非執行董事
任職5年
(包括任職執行董事)



駱劉燕清
獨立非執行董事
任職3年



丁遠教授**
獨立非執行董事
任職0.4年



王燦**
獨立非執行董事
任職3年



董事會已將監督本集團事務特定方面的責任分派予四個委員會，即審核委員會、提名委員會、薪酬委員會（該等委員會由獨立非執行董事佔大多數）及於二零二二年成立的環境、社會及管治委員會（更多詳情見下文）。

有關董事職責及責任以及本集團企業管治的更多詳情，請參閱健合集團《二零二二年年報》及本集團網站的可持續發展管治一節。

除成立環境、社會及管治委員會以及相應增加董事會對本集團可持續發展戰略的監督外，於二零二二年，我們：

- 保持跟董事會進行每月可持續發展更新匯報
- 保持董事會參與重要性，包括批准重要性評估
- 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
- 促進董事會舉行有關碳足跡及科學碳目標倡議的深入研究會議
- 為董事會提供有關遵守香港上市規則的培訓
- 進行風險評估，包括環境、社會及管治因素（特別是氣候變化風險），並向董事會匯報。

董事會成員完成年度利益衝突調查問卷，彼等應於各董事會／委員會會議申報利益衝突（倘有）。

* Laetitia Albertini自二零二二年十二月三十一日起不再擔任健合集團的行政總裁，並自二零二三年一月一日起獲調任為非執行董事。為籌備行政總裁變更，董事會委任本集團首席戰略及運營官Akash Bedi自二零二二年十月一日起擔任本公司署理行政總裁。Akash Bedi將與執行董事合作，在必要時分擔行政總裁的職責，以確保新行政總裁獲委任前的順利過渡。

** 王燦辭任本公司獨立非執行董事及審核委員會主席，自二零二二年十二月三十一日起生效。董事會委任丁遠教授為獨立非執行董事兼審核委員會成員及主席，自二零二三年一月一日起生效。

我們新成立的ESG委員會

我們繼續履行使全球數以百萬人更健康更快樂的使命，於二零二二年八月二十九日，董事會成立環境、社會及管治委員會，引領本集團的可持續發展戰略，明確界定我們的願景，並跟進我們於所有環境、社會及管治事宜的承諾及目標。環境、社會及管治委員會與董事會設立的其他委員會並存，由以下成員組成：

- Laetitia Albertini (非執行董事)，ESG委員會主席
- 羅飛 (健合集團主席兼執行董事)。
- Pascale Laborde (首席可持續發展官，全球市場和傳播總監)

有關環境、社會及管治委員會責任的更多資料，請參閱本集團網站披露的ESG委員會職權範圍。

ESG工作組協助ESG委員會，其任務為與ESG委員會合作，提高可持續發展資料披露的質素，並在一般情況下幫助ESG委員會完成其任務。其由以下成員組成：

- Akash Bedi, 首席戰略及運營官兼署理行政總裁*
- 王亦東, 首席財務官
- Hanno Cappon博士, 首席科技官
- 楊文筠, 集團風險管理及內部監控高級總監，上市公司秘書
- Kiria McNamara, 澳洲及新西蘭人才與文化總監
- 全球可持續發展團隊成員。



羅飛
執行董事
健合集團主席



Laetitia Albertini
非執行董事
環境、社會及管治委員會主席



Pascale Laborde
首席可持續發展官，
全球市場和傳播總監

“作為 ESG 委員會主席，我真的很榮幸能夠領導這項創造共享價值的工作，並將可持續發展進一步納入我們集團的核心使命。通過這樣做，我們不僅讓自己承擔責任，而且還建立了一個為其他人樹立榜樣，為我們的地球家園創造更可持續的未來。”

Laetitia Albertini, ESG委員會主席
非執行董事

ESG工作組及ESG委員會分別於二零二二年十一月及十二月舉行第一次會議。

ESG委員會：

- 審閱並批准本集團的可持續發展重要性評估
- 審查本集團的氣候行動計劃，並向董事會推薦符合氣候科學的溫室氣體排放路徑
- 審查多元化、公平和包容性戰略
- 向董事會建議將環境、社會及管治指標納入行政總裁的二零二三年短期激勵計劃
- 批准本報告披露的集團全球可持續發展承諾

ESG委員會亦參與可持續發展報告相關披露的編製及批准。

高級經理及高級管理層(包括行政總裁)的可持續發展掛鉤關鍵績效指標以及薪酬

自二零二二年起，集團的高級經理將可持續發展關鍵績效目標，納入彼等的激勵計劃。

於二零二二年十二月，董事會正式決定將二零二三年行政總裁和高級管理層的短期獎勵計劃的15%與ESG關鍵績效指標*掛鉤。

*董事會有權根據花紅計劃及業務發展調整獎金激勵。

ESG委員會：將可持續發展治理納入集團戰略和運營的核心

新成立的 ESG 委員會是集團可持續發展戰略和影響管理的基石。明確集團可持續發展的願景、目標和戰略，更好地執行可持續發展政策和程序，更有效地處理重要的可持續發展問題和相關情況，把握可持續發展的主要趨勢，妥善管理可持續發展相關風險，提高可持續發展信息披露質量。

自二零二二年八月成立以來，ESG 委員會重點為以下方面做出了貢獻：

- 集團的氣候行動計劃和溫室氣體減排路徑
- 集團的多元化、公平和包容性方針
- 集團的可持續發展實質性議題
- 集團的可持續發展全球承諾
- 行政總裁薪酬與可持續性之間的關聯

董事會的其他委員會

董事會的審核委員會、薪酬委員會及提名委員會均於本集團可持續發展管治發揮重要作用。有關職能包括但不限於：

- 審核委員會監督本集團的反舞弊體系（包括其舉報體系）
- 提名委員會負責運用董事會多元化政策
- 薪酬委員會負責設立正式透明程序，以制定全體董事及高級管理層的薪酬政策及結構。

有關董事會委員會各自特性的更多詳情，請參閱健合集團的二零二二年度報告及上載至本集團網站的各董事會委員會職權範圍。

高級管理層

健合的高級管理層*管理業務表現，確保符合財務、ESG目標及目的。

高級管理層成員於彼等各自責任領域發起並負責有關可持續發展的項目。

彼等亦通過撰寫文章、專欄、媒體採訪及/或於會議上報告等方式闡述本集團的可持續發展立場及接觸外部受眾。

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，並納入其獎勵計劃。

*有關團隊組成，請參閱二零二二年健合集團年度報告中的董事及高級管理層履歷一節（高級管理層分節）。



可持續發展團隊

可持續發展團隊推動可持續發展戰略、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。

可持續發展團隊亦代表本集團並向投資者、供應商及團隊成員等眾多利益相關方分享本集團的可持續發展立場。

可持續發展團隊由我們的首席可持續發展官，全球市場和傳播總監帶領，其為健合高級管理層的其中一員。

於二零二二年，我們亦進行以下項目：

- 進行重要性評估
- 擬編集團全球範圍一、二及三的碳足跡
- 制定氣候行動計劃
- 進行本集團氣候風險及機遇評估
- 進行多元化、公平及包容性足跡調查，並發佈我們的多元性、公平及包容性聲明
- 繼續推動共益企業認證程序，支持中國內地、澳洲和新西蘭及法國團隊提交該等區域的共益影響力評估及其後認證階段。

與可持續發展相關的融資—可持續發展掛鈎貸款

於二零二二年，我們從一個新的三年期貸款額度中提取一筆總額為11.25億美元的貸款。這筆貸款額度與可持續相掛鈎，它將集團在特定的ESG目標上的表現與貸款期限內的利息重新設定關聯起來。



所有團隊成員

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。彼等亦實施並提供有價值的見解，以加強可持續發展行動計劃。

可持續發展相關政策

我們的可持續發展管治獲多項守則、政策或聲明的支持。以下為促成可持續發展框架的主要守則、政策及聲明。各個政策均提及負責其批准的相關企業實體。

完善企業管治

- 健全行為準則
- 供應商行為準則
- 反舞弊政策
- 舉報者保護政策
- 內幕消息與證券交易合規
- 集團信息安全管理政策
- 集團事件管理政策

提升健康意識

- 全球健康和安政策
- 母乳代用品負責任營銷政策
- 社區投資政策

減少環境足跡

- 原材料採購政策
- 動物福利政策
- 動物試驗政策

支持社會公平發展

- 二零二一年現代奴隸制聲明
- 多元化、公平和包容性聲明
- 全球育兒假政策聲明

相關政策可在集團官方網站上詳細了解
www.hh.global/#/SustainabilityGovernance



將保障人權納入政策承諾

人權保障是健康快樂的基石，我們認為，我們須優先確保業務所觸及的每個人獲得全人類應有的基本權利及基本自由，否則使命達成無從談起。作為聯合國全球契約的成員，我們深知對聯合國工商企業與人權指導原則等十項原則的承諾。聯合國可持續發展目標的重要性及測繪過程將「目標8—體面工作和經濟增長」識別為我們可以產生影響的八項重點可持續發展目標之一。

健全行為準則（包括《世界人權宣言》）及我們的供應商行為準則（指包括國際勞工組織（ILO）標準、公平勞工協會行為準則及《世界人權宣言》在內的多項權威政府間文書），載列我們的團隊成員及供應商須遵守的全球準則。

確保重要議題與時並進

本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本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、全面的重要性評估，針對該等評估，我們於日常活動中堅持進行檢討，並定期接觸內外利益相關方。我們利用重要性評估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。議題評估亦為匯報策略提供了依據。

二零二二年，我們進行了正式重要性評估，使我們可基於經修訂方法分析重要性矩陣的相關性，並進行相應更新。我們於實際運作中結合「雙重重要性」方法，以了解可持續發展如何影響本集團（「財務重要性」）；及我們對經濟、環境及人類最重大的影響（「影響重要性」）。根據該方法，ESG 議題產生的風險及機遇從財務及／或影響角度而言尤為重大。



重要議題制定步驟

我們分三個階段更新重要議題：



1. 背景及規劃

我們首先分析現有的可持續發展材料，以識別目前應對的環境、社會及管治議題及其於本集團情況下的相關性。該分析包括以下內容：

桌面審查及同行基準(對比五間全球及「本地」公開上市的同行)：審查最近行業趨勢並識別對行業屬重要的議題。

檢查我們目前重要議題列表：目前重要議題列表與桌面審查及同行基準的結果進行比較，以供進一步考慮利益相關方參與。此導致重要議題列表發生以下變動。

兩個重要議題已從重要議題列表中移除：

- 「人才吸引、保留和發展」：其被認為並非獨立的重要議題，而涵蓋於「多元化和包容性」及「健康、安全與福祉」重要議題中
- 「本地化」：即使這個主題依然很重要，但由於市場趨勢，它已從當前的重要議題清單中刪除。人們還認為，「本地化」的不同方面亦包含在其他重要議題中，包括「產品的可及性和可負擔性」和「溫室氣體排放和能源」。

兩個重要議題已加入重要議題列表中：

- 「產品組合的營養質素」：整個行業的新興趨勢
- 「風險管治」：大部分同行關注公司如何識別及管理現有及新興風險。

重要議題制定過程中，我們尤其需要接觸關鍵內外部利益相關方以獲得信息。因此，我們與以下人員進行聯繫：

- 團隊成員
- 投資者
- 供應商
- 董事會成員
- 社區夥伴
- 分銷商

2. 參與

於本年度的評估中，我們旨在讓較往年更廣泛的利益相關方參與其中。我們亦致力於在地域推廣方面採取均衡法。

- **內外部利益相關方網上調查：**我們首次進行內外部利益相關方網上調查，以收集定量輸入數據，並根據「影響重要性」標準識別重要議題並決定優先次序。

超過118名來自相關地區的團隊成員及外部利益相關方(包括投資者、供應商、分銷商、商業及社區合作夥伴)參與網上調查。

- **與內外部利益相關方面談：**我們與本集團8名高級管理層及董事會成員以及8名外部利益相關方(包括投資者、供應商及分銷商)進行面談。我們收集定性資料以：

- 根據「財務重要議題」標準(內部利益相關方)及「影響重要性」標準(外部利益相關方)識別確定的重要議題並確定優先次序

- 收集利益相關方對本集團工作重點及表現的整體意見
- 了解利益相關方對選定ESG議題的期望與建議
- 識別利益相關方對ESG重要議題上的期望與本集團管理及表現的差距。

對內部利益相關方進行面談後，我們進行跟進專門網上調查，以收集定量資料。

3. 分析及認證

評估階段的結果首先提交ESG工作組並由其討論。

ESG委員會及董事會分別於二零二二年十一月及十二月批准重要性評估。

於分析及認證過程中，我們增加「消費者參與」的重要性，以更妥善反映我們專注於「提升健康意識」的舉措，並使其與我們下一項目標一致。

於我們的重要性矩陣中，「生物多樣性」及「動物福利」對業務及社會的影響相對較低，其可能反映部分利益相關方在處理日益重要的全球化議題上稍欠周全。我們認識到ESG工作組及ESG委員會於塑造本集團對環境及社會的影響(包括感知影響)方面發揮至關重要的作用。

重要性矩陣

我們的二零二二年重要性矩陣(如下所示)包括23個已識別為對健全長期增長較為重要的議題。該等重要議題亦於附錄3列出及界定。

矩陣右上方象限內的議題被認為有重大影響且對本集團的企業價值重要：

- 產品質量與安全
- 供應鏈管理、供應商關係及延續性
- 可持續包裝。

其為我們最優先考慮的議題



對健全企業價值觀的影響

- 提升健康意識
- 減少環境足跡
- 支持社會公平發展
- 完善企業管治

健合在二零二五年之前 獲得共益企業(B Corp)認證之旅

共益企業(B Corp)認證的進程

在二零二零年，我們開始了共益企業跨國公司認證過程，分為七個階段。我們的澳洲及新西蘭、中國內地和法國業務目前正處於認證階段。我們的美國及英國分支架構已完成自我評估；及餘下分支架構將於二零二三/二四年進行認證。

在二零二二年，B Lab已修訂其對參與生產及銷售母乳替代品的公司獲共益企業認證資格的立場。通過與B Lab及獲取營養指數(ATNI)的合作，我們監察及檢討自身工作，並獲得寶貴的外部意見，表現較好表現及值得改進之處。

為何要成為B Corp?

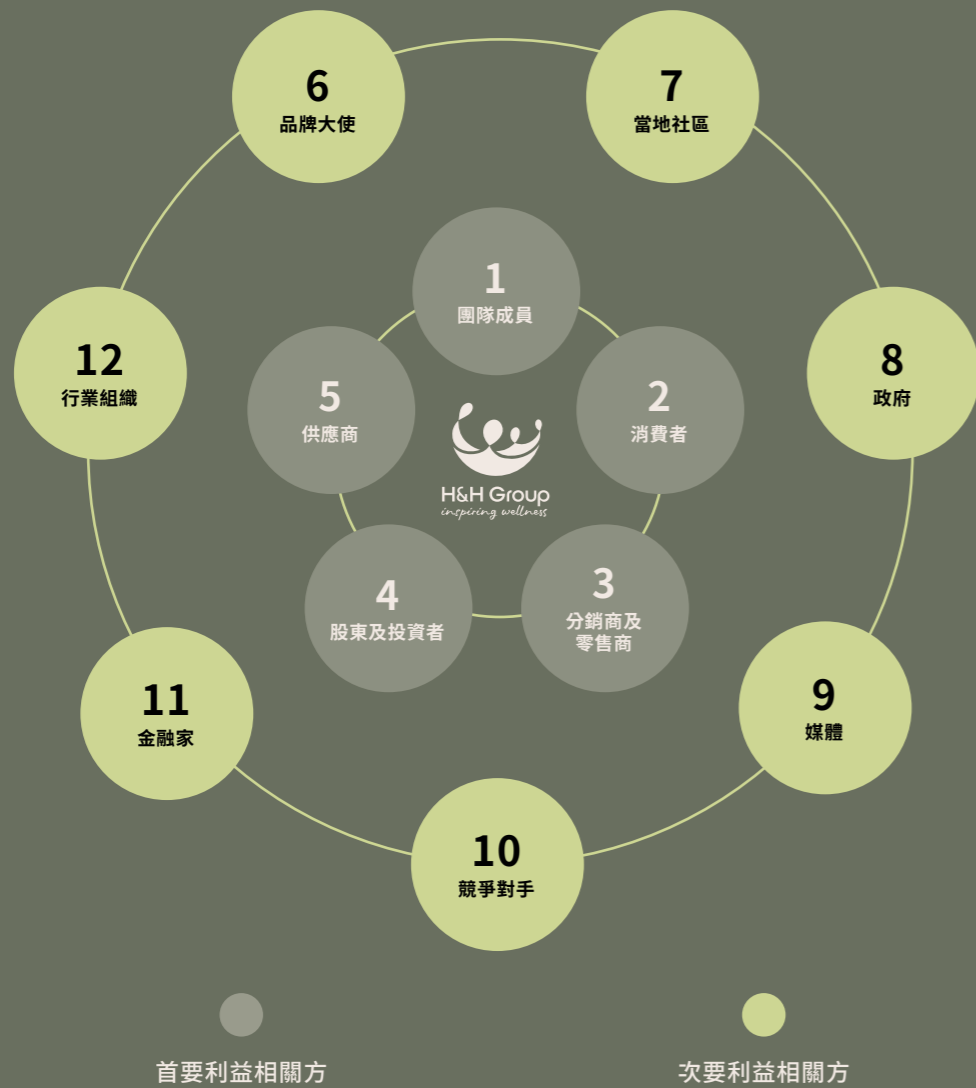
經認證共益企業由業界領先企業組成，促進大眾以商業作為正向力量的全球風潮。就健合而言，作為共益企業的一員，獲得認證是我們的可持續發展戰略的重要一環。我們於二零二零年向內外部利益相關方提出我們矢志成為共益企業。我們認為，此乃企業必須採取的行動，以確保其業務盈利之餘，亦通過認證自願達到透明度、問責性及績效方面的更高標準，為社會及環境帶來價值和意義。



與利益相關方溝通

利益相關方參與為理解我們的影響及實現轉型承諾的關鍵。
因此，我們積極定期與利益相關方接觸。

我們自《二零一九年可持續發展報告》開始識別主要利益相關方群體，
現時仍屬相關，其如下圖所示。



我們如何定期與主要利益相關方溝通的詳情載於附錄4。

與其中一個 首要利益相關方群體溝通的範例：投資者

投資者不僅對我們的戰略及財務表現等議題感興趣，彼等亦想了解我們如何將可持續發展融入我們的營運，包括我們如何應對氣候風險及進行負責任的營銷。

我們通過路演及自投資者收到的詢問了解更多彼等的關注事項。我們亦通過具體的針對性研究與彼等溝通。於二零二二年五月，我們委託Think Alliance Group進行了全面的認知研究，以評估投資者及分析師對健合以及我們的披露、增長、財務策略及環境、社會及管治工作的意見。該研究基於對中國內地、中國香港特別行政區、新加坡及澳洲的買方和賣方機構投資者進行20次電話訪談。主要見解包括：

投資者關係工作

75%的受訪者認為健合的環境、社會及管治披露屬「非常好」或「好」。

可持續發展工作

95%的受訪者認為健合盡力減少環境足跡，100%的受訪者認為健合為社會帶來正面貢獻。

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，惟認為管治為最重要的ESG議題（其次是環境及社會）的受訪者人數略為較多。

此程度的互動能激發更高的透明度。

管理我們的影響

管理我們的影響－優化正面影響及減輕負面影響－為我們共享價值之旅的重要一環。


其始於我們在利益相關方溝通過程中獲得的利益相關方見解，我們於溝通過程中識別彼等的反饋、不滿及建議。我們亦使用我們的重要性評估，根據其影響對可持續發展議題排序。

一經確定，我們便會深入分析部分重大議題，並確保我們對影響有清晰的瞭解：例如，我們於本年度提高了對碳足跡以及多元化、公平及包容性足跡的理解。

除與利益相關方溝通外，我們亦使用ESG評級、我們所遵循的報告準則及框架、共益企業程序及世界衛生組織《母乳代用品銷售守則》，分析我們的狀況與相關影響領域最佳實踐之間的任何差距。持續完成該等分析亦令我們能夠監控我們於相關議題上的進展，並追蹤為改善可持續發展表現而採取的措施的成效。

在該等溝通、了解及差距分析的基礎上，根據董事會與 ESG 委員會制定的可持續發展戰略，我們為本集團設定承諾，為領導及推動相關項目的高級管理層人員及高級經理制定相關行動方案及目標。我們定期與相關高級管理層人員及其團隊追蹤該等承諾及目標的進展。

董事會每月獲悉我們的可持續發展舉措。新設立的 ESG 委員會定期監控我們於經濟、社會及環境方面的影響，並已著手管理與本集團可持續發展相關的風險。設立 ESG 委員會為治理本集團影響的重要一步。



新設立的ESG委員會定期監控我們於經濟、社會及環境方面的影響，並已著手管理與本集團可持續發展相關的風險。

遵循聯合國全球 契約十大原則和 可持續發展目標

我們自二零一八年起加入聯合國全球契約。該契約呼籲全球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》、《里約環境與發展宣言》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出一分力。


我們的四大可持續發展影響領域，即提升健康意識、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及本集團擁有最大影響的八項可持續發展目標息息相關。

 **提升健康意識**


2 ZERO HUNGER



3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING



17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS





我們通過倡導和教育，分享健康生活方式，與合作夥伴攜手提高人們的健康意識


 **減少環境足跡**


12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION



13 CLIMATE ACTION





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**


5 GENDER EQUALITY



8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH




社會公平是健康和快樂的基礎


 **完善企業管治**

16 PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS




在決策時，我們會把所有利益相關方納入考慮範圍，利用企業管治為環境、社會及經濟發展產生長遠積極影響

可持續發展承諾




提升健康意識

2022

- 將健合健康科學或者合生元營養與護理研究院 (BINC) 的研究成果轉化為每年至少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
- 在所有業務市場實施共享價值項目 (包括H&H公益基金)

2023

- 制定及實施全球清潔標籤程序及指引
- 投資3百萬美元社區參與, 促進營養、運動和正念
- 推動母乳代用品盡責營銷, 加入獲取營養指數 (ATNI)
- 啟動對源自法國的嬰幼兒奶粉的溯源系統



減少環境足跡

2022

- 在中國內地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 (CSA)
- 新產品包裝遵守至少一項5Rs包裝框架 (減少、更新、回收、再利用、再生)
- ANC業務單元80%的原材料評估敏感性 (治理, 人權和環境影響), 並制定相關的風險管理計劃

2023

- 基於科學碳目標倡議 (SBTi) 制定碳減排目標*
- 90%的Swisse斯維詩成分** (按花銷和產量計) 進行環境和社會評估
- 所有包裝均為可回收、可生物降解或可堆肥
- 採用全球棕櫚油採購政策




支持社會公平發展

2022

- 制定全球多元化、公平和包容性聲明, 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
- 70%的一級供應商 (按開支計) 已接受社會評估

2023

- 發佈人權政策聲明
- 建立區域DE&I工作小組促進工作場所的多元化、公平和包容性



完善企業管治

2022

- 將ESG關鍵績效指標納入高級管理層績效評估
- 一級供應商簽署《供應商行為準則》
- 成立董事會可持續發展委員會
- 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
- 劃撥資金投入到可持續發展戰略中

2023

- 將具體的正式 ESG 培訓整合到所有員工培訓中
- 董事會女性成員的比例提高到30%
- 將氣候相關風險納入集團的整體風險管理框架
- 對不符合我們可持續和企業社會責任的前5個高開銷的供應商進行盡職調查

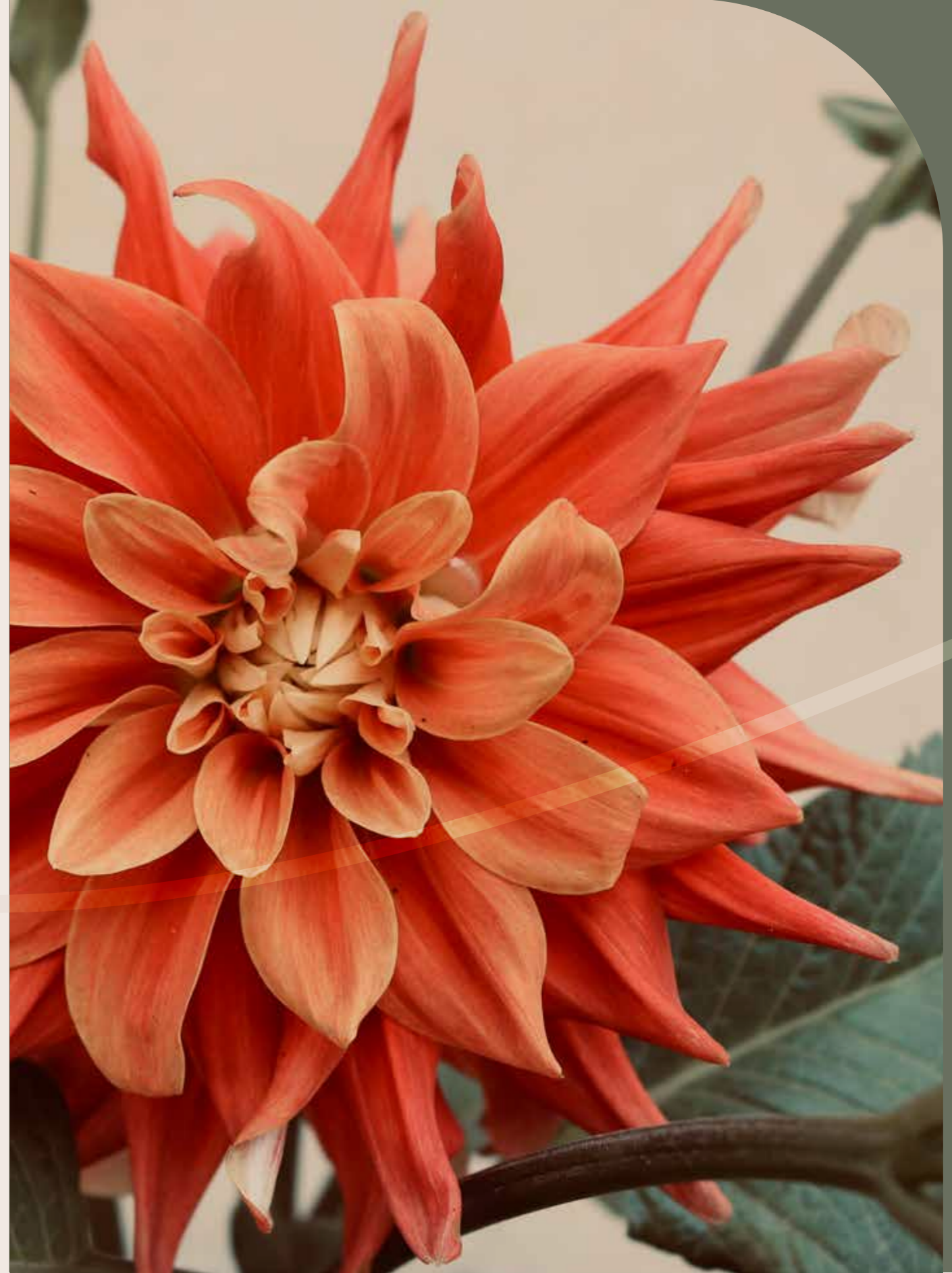
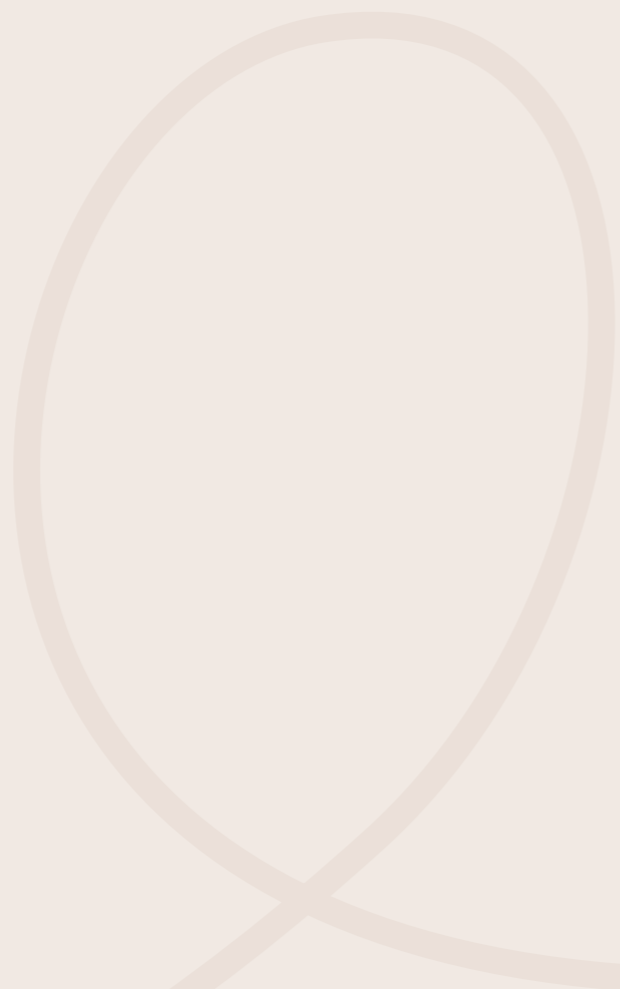
= 已完成

*承諾已因各種內部及外部因素而延長。

**為澳洲製造採購。

健合可持續發展影響領域

03





提升健康意識

我們通過宣導及教育，分享健康生活方式，聯合合作夥伴一同提高人們的健康意識。

從營養、運動、正念三大層面投入，幫助各年齡層人們追求健康生活，謀求福祉。

我們打造的產品為全球消費者帶來健康和幸福。

我們與可持續發展理念一致的合作夥伴和供應商互相合作，共同構建更健康、更快樂的世界。



2 ZERO HUNGER



3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING



17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS

點亮二二零二

3.01百萬

美元用於本集團社區投資，按年上升32.7%

15,127

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



社區支持與參與

H&H公益基金

H&H公益基金的目的非常明確：倡議、教育及支持當地社區的健康生活方式，尤其關注健合的健康及幸福支柱，即營養、運動及正念。

於二零二二年，我們在三大核心支柱的基礎上增添多元化、公平和包容性（DE&I）元素。這項重要工作有助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、物資以及團隊成員在當地社區的志願服務。

H&H公益基金遵循二零二二年所建立的健合社區投資政策。我們專注於通過持續監測確保業務流程符合法律規定、道德規範及環保。我們根據價值觀及基礎開展業務。我們與認證社區投資的商業促進社會影響網絡（B4SI）共同制定社區投資政策。



我們亦以其他同業公司為基準，確保利用其最佳做法，與時並進，通過社區投資創造最佳影響。

於二零二二年，我們的社區投資總額達3.01百萬元，與二零二一年相比上升32.7%。我們亦提供價值387,850美元的物資捐贈，包括產品和醫療物資，以支持新冠肺炎應對措施及其他活動。全球有共2,501名團隊成員在二零二二年為當地社區貢獻了15,127小時的志願服務。

我們的地區團隊積極推廣其合作的當地公益活動，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內地的團隊尤其活躍，二零二二年榮獲一個公益獎項。

健合集團在中國內地榮獲「公益踐行獎」

健合集團於二零二二年公益節上獲得了公益傳播獎。這一活動得到中國內地最大媒體機構支持，促進慈善事業的發展，鼓勵全國範圍內的深入對話、合作及交流。我們的中國內地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連續九年獲得認可。



商業促進社會影響認證

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。商業促進社會影響是由約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。商業促進社會影響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，作為我們可持續發展報告的一部分，我們決定通過與商業促進社會影響合作進一步改善我們的報告方式，以審閱及評估我們的貢獻。於二零二一年，我們取得首個商業促進社會影響認證。於二零二二年，我們繼續公開這種報告方式。

該認證其有助我們：

- 對社區項目產生可衡量的社會影響
- 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，協助我們釐清方向，並加快持續致力保護我們所處的社區。

根據商業促進社會影響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（73.6%）、急救（10.6%）、社會福利（7.9%）、其他（3.1%）、教育及年輕人（2.6%）及環境（2.2%）。

我們於全球14個市場支持22個項目，擁有2,501名團隊成員於工作時間內參與。



展望未來

支持當地社區仍為我們的焦點所在。未來，我們將繼續：

- 採取集體行動回應該等社區的需要，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邊社區的聯繫，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的理念。

二零二二年的成就

二零二二年，我們的社區投資總額為3,009,775美元，按年增長32.7%。

主要詳情包括：

1,420,552

美元現金貢獻

2,501

名團隊成員於工作時間內參與

15,127

個工作小時

983,531

美元團隊成員時間價值時間

387,850

美元實物貢獻價值

217,842

美元管理成本總額(即團隊成員薪金)

向受自然水災影響的澳洲社區伸出援手

二零二二年初，澳洲新南威爾士州及昆士蘭州發生嚴重水災，H&H公益基金向澳洲紅十字會捐贈100,000澳元，支援受影響的澳洲社區。除此筆捐款外，健合集團的品牌亦為當地社區提供額外援助。

捐贈資金有助照顧受影響居民的恢復需要，包括社會心理支援、清理工作、臨時居所以及獲得食物、衣服及其他必備品等基本必需品。

澳洲－共融行動計劃 (Reconciliation Action Plan)

作為我們支持健合全球業務的多元、公平和包容理念的一部分，澳洲團隊已承諾與Reconciliation Australia合作，制定共融行動計劃(RAP)。

共融行動計劃令組織能夠可持續並有策略地採取有意義的行動以推動共融。圍繞關係、尊重及機會等核心支柱，共融行動計劃為原居民及托雷斯海峽島民*提供有形及實質性的利益，促進經濟公平，支持原居民自主決定。

於二零二二年十二月，反思共融行動計劃(四種共融行動計劃之一)獲得Reconciliation Australia認可，令我們有機會履行承諾。

廣義上，反思共融行動計劃包括了解原居民及托雷斯海峽島民利益相關者並與其建立關係，取決於我們共融的願景及探索我們的影響力。

共融行動計劃文件旨在將我們的善意轉化為實際行動，並納入我們現有旨在提高文化意識及支援原住民的舉措，包括我們與原居民社區團體的長期合作關係，如由我們的社區合作夥伴「Bluearth Foundation支持的「Girls on Country」項目。

過去七年，我們與Bluearth共同開展多個項目，其中不少項目著重支援年輕原住民及其社區。「Girls on Country」項目提供安全空間，支持年輕女性保持身心健康，並建立自信及領導才能。

共融是一段持續的過程，而我們正處於起步階段。我們期望深入了解並編製書面計劃，以及將行動納入我們的日常工作及業務關係。

反思共融行動計劃可通過Swisse斯維詩網站
https://au-pdf-files.s3.ap-southeast-2.amazonaws.com/HH21032_RAP+Design_DIGITAL.pdf查閱

*原住民及托雷斯海峽島民作為澳洲的土著居民，擁有獨特的位置，並擁有作為澳洲原居民的獨特權利。

我們與Body & Soul的合作

我們尋求與有共同目標並符合營養、運動、正念健康核心支柱的組織合作。我們與英國慈善組織Body & Soul的合作正是一例。Body & Soul是位於倫敦的慈善組織，成立於一九九六年，旨在解決兒童、年輕人及家庭的HIV服務缺口。此後，其已發展為創新組織，為所有因童年陰影而遭受生命威脅影響的人士提供幫助，不論年齡、性別及背景。該慈善組織採用以社區為基礎及

以創傷為依據的全面方法，基於證據及注重「全人」健康。

目的是為會員提供富有同情心及包容性的空間，推廣工具及技能以改變其生活。

於二零二二年，我們年度捐款總額為26,000英鎊，用於資助其內部營養師，使Body & Soul能夠組織營養治療課程、舉辦營養研討會，並為Body & Soul社區製作定制的線上烹飪短片。

+ 提供超過400節一對一的營養治療課程

+ 通過與全科醫生及臨床醫生等醫療專業人員聯絡，提供健康倡議支援

+ 聘用2名會診營養治療師

+ 舉辦10場營養研討會，吸引超過150名會員參加

+ 提供8個營養課程及項目，吸引超過300名成員參加

+ 為Body & Soul社區定制演示線上烹飪的YouTube短片

為什麼要營養？研究表明，營養在克服創傷經歷方面發揮關鍵作用，而因童年陰影而經歷生命威脅影響的人通常與食物有著複雜關係。



提升健康意識



健合 她力量－鄉村姐妹漣漪計劃

於二零二二年，H&H公益基金支持廣東省綠芽鄉村婦女發展基金會，啟動「健合她力量－鄉村姐妹漣漪計劃」項目。該項目通過當地婦女代表賦權，促進華南鄉村的性別平等，讓「她力量」引起連鎖反應，幫助建立更多婦女兒童友好型村莊。

該項目已培訓53名鄉村女性骨幹及18名鄉村女性性別平等推廣大使，於18個村莊開展性別平等閱讀推廣公益活動，服務當地11,000多名兒童及家長，亦支持來自四個省份五個鄉村婦女團隊，以於其社區開展180項活動，直接惠及當地4,406人。

同時，健合集團發起「一塊走」公益捐步活動，共有96,740名參與者支持綠芽鄉村婦女發展基金會「為鄉村姐妹撐起希望」項目，以實際行動共同促進鄉村性別平等。

該項目已培訓53名鄉村女性骨幹及18名鄉村女性性別平等推廣大使，於18個村莊開展性別平等閱讀推廣公益活動，服務當地11,000多名兒童及家長。

合生元母嬰救助基金



自二零零七年，合生元攜手中國紅十字基金會共同設立專項公益基金—合生元母嬰救助基金，為公益福利活動作出貢獻。

於過去15年，合生元母嬰救助基金旨在救助貧困重症的母親和兒童，同時也作為公益倡導者，呼籲更多的社會力量去幫助這群貧困重症母嬰的家庭。

於二零二二年，主要活動包括：

合生元親親快跑親子公益活動

於二零二二年，合生元母嬰救助基金與醫院、愛心家庭攜手合作，建立「家庭參與+企業捐贈+公益救助」的多方協作新模式。基金於全國27個城市組織了36場親子公益跑，以支持先天性心臟病患兒童，共吸引17,000名參與者。



線上推廣母乳餵哺活動

合生元母嬰救助基金已連續六年參與全國性「99公益日」活動。於二零二二年，基金開展「母乳更+守護新生」項目，使大眾認識到母乳是嬰兒的最佳營養。此次募捐活動合共有7,834人次參與，為26間醫院早產兒童籌款人民幣630,500元。



為母嬰提供醫療及扶貧支援

- 醫療費用：於二零二二年，合生元母嬰救助基金為20家醫院的316名貧困母親提供資金援助，幫助彼等支付自身及／或子女的醫療費用。捐款金額合共為人民幣4.08百萬元。
- 經濟補貼支援：合生元母嬰救助基金為127人提供經濟援助，包括為母親（懷孕及照顧三歲以下兒童）及兒童（0至14歲）支付醫療費用。於二零二二年，基金就該項目提供合共人民幣1.08百萬元。
- 為先天性心臟病患兒童提供篩查及治療：「天使之旅」項目是合生元母嬰救助基金自二零一三年起歷時最長的項目之一。該項目涉及基金聯同其合作夥伴中國紅十字會及當地醫院前往山區農村為兒童進行先天性心臟病篩查。兒童一旦確診，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。於過去10年，合生元母嬰救助基金篩查達200,000人次，合共捐助人民幣6.5百萬元，救治388名先天性心臟病患兒童。於二零二二年七月，合生元母嬰救助基金與北京安貞醫院前往貴州省，為六盤水市及黔東南州的兒童提供篩查，合共投資人民幣500,000元，篩查309名兒童，當中57名先天性心臟病患兒童現已成功接受手術。



妊娠期糖尿病及孕期營養 干預規範化管理

於二零二二年，合生元母嬰救助基金與中國紅十字基金會、中國婦幼保健協會合作，啟動「早期干預 守護母嬰—妊娠期糖尿病及孕期營養干預規範化管理」項目。

國際健康研究及系統審查發現，中國內地的妊娠期糖尿病患病率較高。倘不加以診斷及管理該疾病，可能嚴重影響患者健康。

合生元母嬰救助基金每年投資人民幣1百萬元，藉此，為期三年的項目將建立標準化妊娠期糖尿病及營養管理模式，以及30間省級示範中心，支持數百萬名孕產婦的健康及安全。項目將對3,000名醫護人員進行規範化管理培訓，開展多層次培訓及學習交流，以推動項目於全國落實。

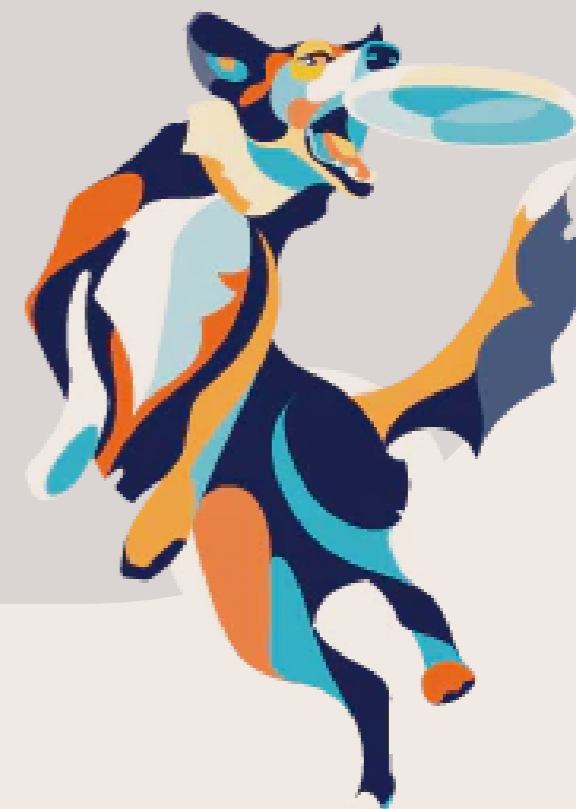
合生元母嬰救助基金
每年投資人民幣1百萬元，
藉此，為期三年的項目
將建立標準化妊娠期
糖尿病及營養管理模式。

與Solid Gold素力高舉辦寵物 領養慈善活動

自二零二二年五月起，Solid Gold素力高與杭州領養日及石家莊領養日攜手合作，幫助流浪貓狗尋找溫馨家庭。

Solid Gold素力高和領養日舉辦寵物領養訓練環節，例如選擇領養救援犬或貓代替購買，以及了解購買寵物的終生承諾。Solid Gold素力高亦向領養日捐贈近1,900千克的貓糧及狗糧，並向寵物領養家庭與基地提供實物援助，為其照顧的動物提供營養支持。

Solid Gold素力高進一步捐贈人民幣12,000元用於擴建杭州俞老師夫婦管理的生命驛站流浪基地，為流浪貓狗創造更舒適、更安全的環境。



健合團隊於全球社區日「實踐使命」，回饋社區

每年全球社區日，我們的團隊成員聚首一堂，回饋社區合作夥伴。於二零二二年十月，來自12個地區超過1,800名健合團隊成員加入「實踐使命」，為當地的慈善合作夥伴籌款。此項年度盛事不僅為我們提供聯繫世界各地團隊的機會，亦可與慈善合作夥伴聯繫。於二零二二年，我們參與為該等夥伴進行步行籌款，同時許多團隊亦組織志願者日，為慈善機構籌集超過65,500美元，較二零二一年增長38%。

每名團隊成員均可從17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，健合公益基金即向該慈善合作夥伴捐贈50美元；每多15,000步，則捐贈80美元；每多20,000步，則捐贈120美元。

除「實踐使命」挑戰外，我們的團隊成員亦有機會參加志願活動，為社區作進一步貢獻，並與社區互動。

該等活動包括：

- 我們於新加坡的團隊成員為長者包裝及運送食品袋
- 於英國，團隊到訪當地慈善機構Body & Soul，為慈善機構成員的孩子製作廚師帽及圍裙
- 於泰國，健合團隊幫助包裝「健康及快樂」包裹贈予89名兒童
- 香港辦事處支持社區合作夥伴幸福傳聲基金會的蓓蕾計劃，為12名邊緣女性及單親媽媽提供為期15週的學徒計劃，發掘她們的潛能，以增強自信、自尊及技能
- 我們意大利團隊為CAF協會 (Centro Aiuto Minori e Famiglie，幫助未成年兒童及家庭的中心) 開展志願服務，收容因虐待而被安排離開家庭的未成年兒童。

除「實踐使命」挑戰外，我們的團隊成員亦有機會參加志願活動，為社區作進一步貢獻，並與社區互動。



1,821

名來自12個地區的
團隊成員參與

65,500

美元捐贈給17名
社區合作夥伴

20.6

百萬總步數
(較二零二一年上升60%)

我們通過非牟利研究組織對研究的貢獻

合生元營養與護理研究院 (BINC) 是致力於促進研發綜合健康解決方案的非牟利組織。合生元營養與護理研究院專注於五大優先專業領域：微生物群、嬰幼兒腦部開發、營養與餵養、過敏及母嬰健康。



日內瓦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850,000歐元於23個研究項目，以推動母嬰健康科學的發展。

於二零二二年，合生元營養與護理研究院科學顧問理事會選出四個項目提供資助。日內瓦合生元營養與護

理研究院收到來自世界各地的知名大學、學術機構和醫院的科學家提交82項高質量申請，並進行甄選。

這些申請均符合我們的五大研究重點領域。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，每個項目更可獲得高達100,000歐元的資助。

以下列出於二零二二年成功獲日內瓦合生元營養與護理研究院提供資助的四個項目申請。



過敏

Tang, M. (澳洲默多克兒童研究所)：經過益生菌及花生口服免疫治療，以免疫機制進行治療達致緩解作用。



微生物群

Simpson, K.W. (美國康奈爾大學)：闡明與嬰兒以大腸桿菌及黏附性大腸桿菌而實現早期獲得及腸道定植有關的母嬰及細菌因子。



營養與餵養

De Jonge, W. (荷蘭阿姆斯特丹大學)：針對神經芳基烴受體的營養療法，用於治療兒童功能性腸道疾病及腸易激綜合症。



微生物群

Collado, M.C. (西班牙西班牙國家研究委員會)：孕期微生物群—飲食—宿主的相互作用：與母嬰健康的相關性。(符合100,000歐元臨床試驗甄選標準。)

除研究資助計劃外，合生元營養與護理研究院亦贊助及／或支持各種會議及座談會。例如，於二零二二年：

- 合生元營養與護理研究院於哥本哈根舉行的著名歐洲兒科胃腸病學和肝臟病學會會議上贊助展位。科研重點為母乳低聚糖，其為母乳中的關鍵營養成分，對嬰幼兒的生長發育至關重要。
- 合生元營養與護理研究院與眾多關鍵意見領袖合作，並發起一系列科學網絡研討會及與該領域專家進行面談，促進針對醫療保健專業人員的科學知識傳播。

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內地母嬰的營養和護理方面的科學研究和技術理解。其整合世界各地的資源，由母嬰營養和護理專業人員組成世界一流的研發團隊。於二零二二年，合生元營養與護理研究院撥資人民幣800,000元支持相關領域的科學研究。

作為中國內地首個專注於母嬰健康研究的非牟利學術組織，合生元營養與護理研究院致力打造跨學科的學術交流平台。我們一直與營養、護理、心理學等多個領域的專家密切合作，為母嬰健康問題提供全面的科學解決方案。

以下列出於二零二二年成功獲合生元營養與護理研究院提供資助的四個項目申請。



內蒙古農業大學：
益生菌及骨橋蛋白在調節腸道免疫中的作用機制。



中國科學院上海營養與健康研究所：
母乳微生態和低聚糖與嬰幼兒腦控制執行能力。



浙江省農業科學院：
家庭寵物與嬰幼兒之間的益生菌轉移。



復旦大學附屬兒科醫院、國家兒童醫學中心（上海院區）：母乳中烴基脂肪酸的脂肪酸酯對生後早期兒童生長發育的影響——一項母嬰出生隊列研究。

第六屆合生元營養與護理研究院年度研討會在廣州順利舉行

於二零二二年十月十五日，第六屆合生元營養與護理研究院年度研討會在中國內地廣州舉行。

本屆研討會以「與『菌』攜手，共築健康」為主題，圍繞益生菌在嬰幼兒健康領域的國內外前沿研究、科技、應用和管理，深入研討學術界、產業界和中國消費者關注的熱點話題。大會邀請逾100名來自國內外益生菌領域的專家，在會上分享最新研究進展及學術成果，同步進行網絡直播，吸引4,000多名國內外代表參與本屆年度盛會。



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，同時採取可持續發展的採購模式，保護我們獲取原材料的生態環境。

我們通過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。

我們一直致力善用資源、留意碳足跡，並作出相應決策以降低排放。



點亮二二零二

建立基於科學的溫室氣體減排目標
(計劃提交科學碳目標倡議SBTi進行驗證)

100%
集團運營可再生電力

全面的碳足跡盤查，包括範圍一、二和三排放

18.9%
自家工廠用水量強度降低

緒言

我們加入的聯合國全球契約組織，要求我們兌現對環境的承諾。地球正值最嚴峻的時期之一，面對著全球變暖及氣候變化的後續影響。我們深明，世界正在轉變，並對整個價值鏈帶來風險。產品供應鏈的每個環節與氣候變化有關的挑戰均屬獨特。

我們矢志在轉型至淨零排放的全球經濟中發揮作用。今年是我們執行氣候行動計劃的重要一年。我們簽署由聯合國全球契約組織牽頭的氣候雄心加速器，計算本集團整體的全球範圍一、二及三溫室氣體足跡（包括所購買貨品及服務以及其他相關的範圍三類別）。我們的整體碳足跡較先前所披露的大，後者包括十分有限的範圍三類別。我們知悉99%的碳足跡來自間接或範圍三排放。這些間接排放來自我們的價值鏈，即採購、製造及運輸產品的方式。我們的碳排放僅有1%直接來自營運中使用的燃料及電力（稱為範圍一及二排放）。憑藉此全面分析，我們現時更清楚瞭解碳足跡，能夠將我們的精力集中於最具影響力的領域。

在此基礎上，我們制定了第一個基於科學的溫室氣體減排目標，並計劃將其提交至科學碳目標倡議（SBTi）進行審閱及驗證。如被接受，本集團將致力於大幅減少其碳足跡。

在此情況下，我們亦決定於進一步投資碳信用額前，專注減少自身的排放及價值鏈中的項目。



加強我們的環境治理

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。這些運營場所是環保工作的重點，因為這些運營場所佔我們能源、廢棄物及水環境足跡的67%。

我們所有工廠均全面遵守所有相關的環境法律及法規，並通過其本身環境政策及標準操作流程（SOPs）制定運營目標。我們內部的健全行為準則呼應聯合國全球契約組織的十項原則，為本集團設定全球標準，並為團隊成員的行為界定指引原則，包括與環境有關的行為。特別是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，並注意新產品開發、營銷啟動計劃、貿易營銷、包裝及內容回收等領域對環境影響。我們亦希望團隊成員瞭解及遵守環境法規。二零二二年，我們並無發生與環境法律或法規有關的違規事件。

中國內地工廠的新能源管理系統

二零二二年，我們於中國內地的兩間工廠實施覆蓋電力、水及天然氣的能源管理系統。除其他功能外，此數字化系統可實時監控及分析工廠的能耗模式，存儲歷史數據分析記錄，並記錄設備能耗異常提示的預警數據。

有賴此系統，我們得以提高能源管理效率，並識別更多節能機會。

我們於中國內地的工廠通過ISO 14001標準認證

我們於中國內地的兩間工廠通過GB/T 24001-2016/ISO 14001:2015環境管理體系認證。我們的長沙工廠自二零一七年起已獲得認證，並每年由第三方認證公司Intertek進行監督及審核。廣州科學城於二零二二年首次獲認證。此認證表明，我們致力於環境保護的持續改進，我們的生產及營運符合當地政府對工廠的管理要求：清潔生產、節能環保。

廢水

我們的廣州工廠排放相應的廢水，這些廢水主要來自設備清洗、生產廢水、辦公室生活污水、食堂污水及實驗室廢水。

我們廣州工廠符合中華人民共和國廣東省《水污染物排放限值》（DB44/26-2001）的規定。我們確保水中污染物含量不超過地方標準規定的最高允許排放濃度後，廢水經三級化糞池處理，然後排入到市政污水管網，最終由大沙地污水處理廠進行處理。

新墨爾本(澳洲)總部的高環境標準

二零二二年十一月，我們的墨爾本團隊搬入位於市內郊區Collingwood的新總部辦公室。於施工及裝修期間，我們的團隊與物業經理及承建商緊密合作，確保辦公室切合我們的業務，讓我們的團隊及訪客感受溫暖和有吸引力，以及遵循高環境標準及最佳實踐設施。

截至二零二零年，我們的澳洲及新西蘭團隊正式引入混合工作模式。隨著工作結構改變，我們適時縮減規模，並藉此機會選擇對環境影響更小、更有活力及更親切的空間，以供墨爾本團隊靈活使用。辦公空間的面積由2,808平方米淨可出租面積縮減至1,134平方米。

搬遷期間，我們優先考慮重新利用現有辦公家具，並將無法攜帶的家具及文具捐贈予當地社區合作夥伴。

為團隊物色新空間時，該樓宇在能源、水及廢棄物等各方面均遵循高標準對我們至關重要。



我們的辦公樓及空間採用以下主要可持續發展設計舉措：

- 高性能玻璃以及節能建築服務、設備及裝置
- 用於沖洗廁所及灌溉的雨水收集系統
- 19kWp屋頂太陽能光伏陣列
- 電動汽車充電基礎設施
- 環保的內部裝潢
- 所有電器均盡可能具備6星能效等級
- 下班後定時關閉燈光及空調
- 所有電器設定自動睡眠模式
- 鼓勵團隊成員選擇乘單車、步行或跑步而非駕駛的出行方式。

Collingwood總部及Keilor Park的團隊持續與業主及物業經理進行監控、測量以及討論改善設施的方法，從而達到或超越基準標準。



通過資訊科技可持續發展戰略 減少環境足跡

健合集團資訊科技團隊積極響應我們的可持續發展戰略，並實施多個項目以盡量減少我們的環境足跡。

中國內地個人電腦回收及處置計劃：我們於中國內地啟動一項電子設備處置及回收計劃，確保廢棄的個人電腦產品按照當地環境法規和ISO 14001標準進行負責任地處置、拆卸及回收。此計劃將於二零二三年擴展至其他地區。

逐步淘汰互聯網數據中心IT基礎架構設備：

二零二二年，我們將中國內地的20個內部及互聯網數據中心搬遷至雲託管，有效降低能源消耗。其將於二零二三年繼續進行並擴展至其他地區，亦有基於雲託管的其他項目。

減少紙張使用：自二零二零年以來，我們一直將電子印章的使用範圍擴大至更多類型的合約。此外，我們亦上線電子發票管理系統。這兩個項目令我們能夠減少紙張使用及其相關的碳排放，同時提高效率及限制該等程序附帶的風險。



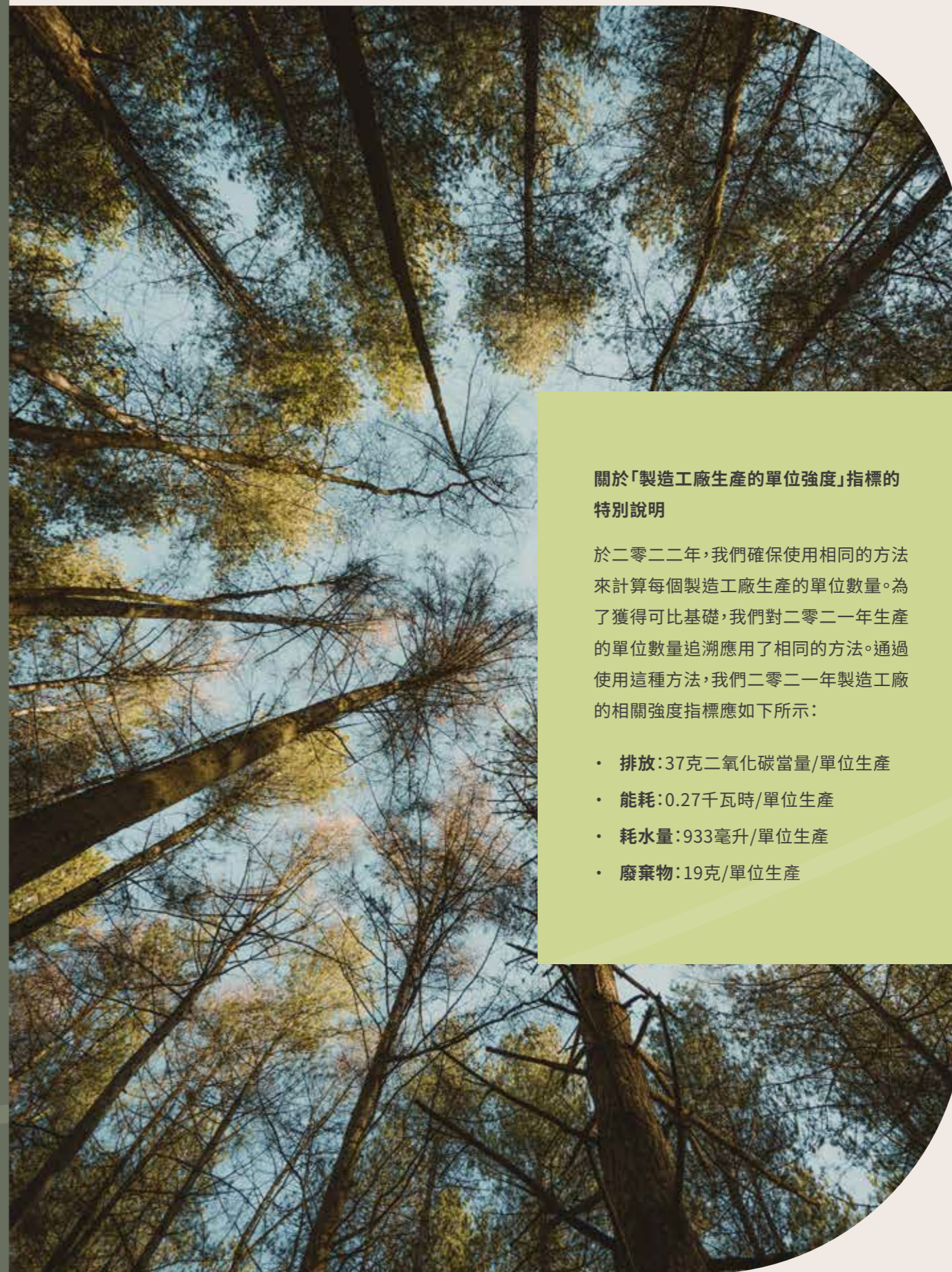
關於我們的強度指標的說明

我們致力制定具意義的環境績效指標，故亦報告溫室氣體排放、水、廢物及所有能源總數以外的強度指標。我們注意到，這些指標極易受溫室氣體清單的相關建模假設影響，因此每年可能會有重大差異。

於二零二二年，結合我們的資源使用，使用以下計算方法。

- 每個團隊成員的強度按實驗室、英國倉庫和辦公設施的總排放量或資源除以這些設施的總團隊成員計算得出。
- 生產工廠每單位生產的強度按工廠生產的總排放量或資源除以總產量計算得出。
- 包裝工廠每單位包裝的強度按包裝工廠的總排放量或資源除以在這些包裝工廠包裝的總單位計算得出。

- 關於我們的溫室氣體排放強度指標，鑒於我們已經計算了二零二二年的範圍三排放量，因此已考慮了全部溫室氣體足跡，然後除以相關指標。分配每個辦公室工作人員或生產產品的溫室氣體排放量將具有誤導性，因為某些排放類別難以劃分，並且將被排除在計算之外。例如，從共同製造商採購成品的排放將完全排除在辦公室工作人員的排放範圍之外，即使辦公室工作人員可以控制發送給共同製造商的生產訂單。當前的數據粒度和方法不允許計算其他類型的強度指標。



關於「製造工廠生產的單位強度」指標的特別說明

於二零二二年，我們確保使用相同的方法來計算每個製造工廠生產的單位數量。為了獲得可比基礎，我們對二零二一年生產的單位數量追溯應用了相同的方法。通過使用這種方法，我們二零二一年製造工廠的相關強度指標應如下所示：

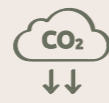
- 排放：37克二氧化碳當量/單位生產
- 能耗：0.27千瓦時/單位生產
- 耗水量：933毫升/單位生產
- 廢棄物：19克/單位生產

測量溫室氣體排放

我們的全面碳足跡

二零二二年，我們集團的碳足跡排放邊界顯著增長。我們首次全面確定與集團相關的範圍3溫室氣體排放類別。過往報告週期中僅部分記錄。我們根據世界資源研究所及世界可持續發展工商理事會制定的國際公認溫室氣體核算體系計算碳足跡。

我們集團的排放量99%來自範圍三排放。



553,200噸
二氧化碳排放總量



216噸二氧化碳當量/人
每名辦公室團隊成員



8千克二氧化碳當量/單位產品
在工廠生產的每單位產品



108千克二氧化碳當量/單位產品
包裝工廠每單位包裝

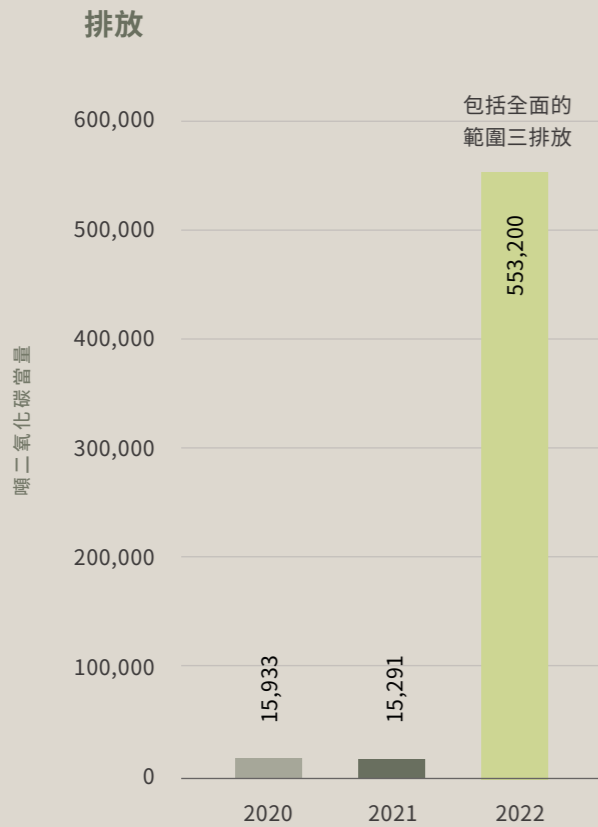
碳排放界定

範圍一	範圍二	範圍三
2,234噸二氧化碳當量	0噸二氧化碳當量	550,966噸二氧化碳當量
製冷劑	電力*	採購產品與服務
天然氣		上游物流與分銷**
柴油發電機		資產
運營車輛燃料		燃料與能源排放 (除了範圍一和範圍二外)
液化石油氣		廢棄物
		差旅
		員工通勤

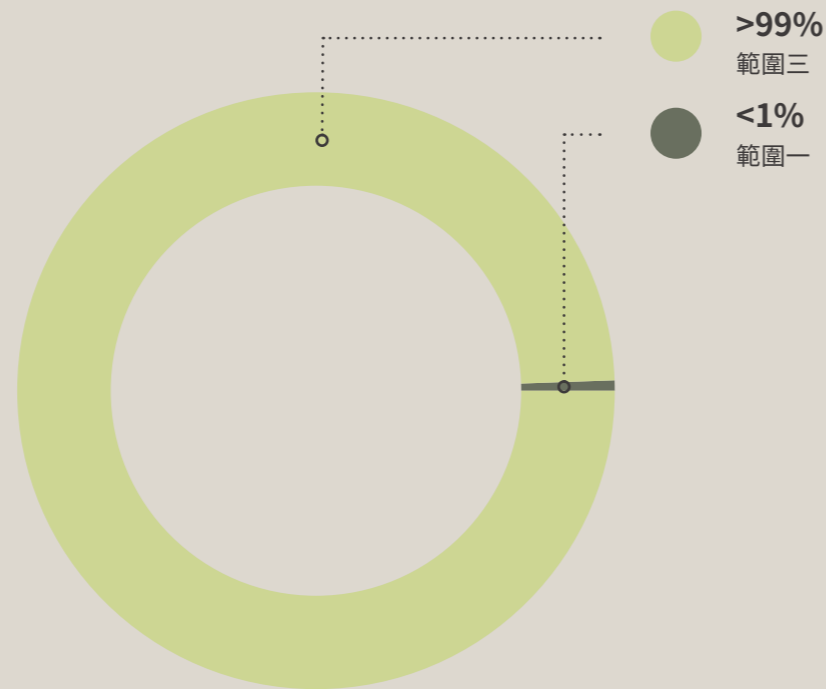
在二零二一年，所有地區的碳足跡僅包括廢棄物、航班、水和員工通勤

*二零二二年，我們 100% 的電力消耗由可再生能源電力覆蓋。

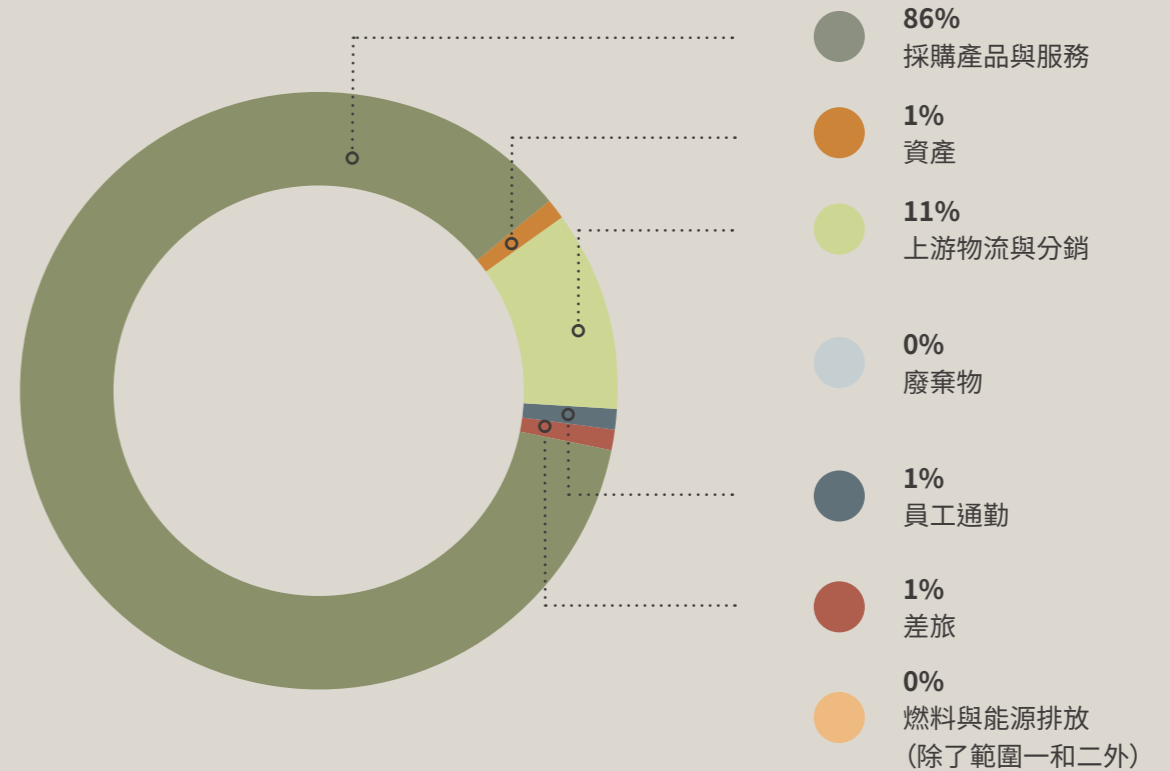
**關於溫室氣體核算體系，當產品沒有得到公司的支持時，涵蓋下游運輸和分銷的第3.9類僅涉及產品銷售後運輸和分銷所產生的排放。由於本集團原則上支付出境運輸及配送服務的費用，因此出境運輸及配送服務不計入第3.9類，而歸入第4類(上游運輸及配送)。這澄清了為什麼在3.9類 - 下游運輸和分銷中沒有記錄排放。



二零二二年排放劃分



範圍三排放劃分



我們的主要乳製品合作夥伴 Isigny Sainte-Mère降低 其碳排放影響的方式

繼第27屆聯合國氣候變化大會後，我們比以往任何時候更深刻地意識到產品對地球的影響，尤其是對氣候變化的影響。

於二零二一年，健合與我們最大的乳製品戰略供應夥伴Isigny Sainte-Mère Coopérative (佔二零二二年乳製品支出的84%) 共同發起「Low carbon farms (低碳農場)」計劃，以減少為Biostime合生元法國供應有機乳製品的40個有機農場的碳排放影響。這項計劃旨在減輕溫室氣體影響及鼓勵碳封存，將有助健合法國及

Isigny Sainte-Mère Coopérative的共益企業(B Corp) 認證過程。

至二零二二年底，20個有機農場自願通過診斷工具CAP' 2ER®完成碳排放評估。相關測量以科學為基礎，由技術專家進行，並獲法國政府批准。

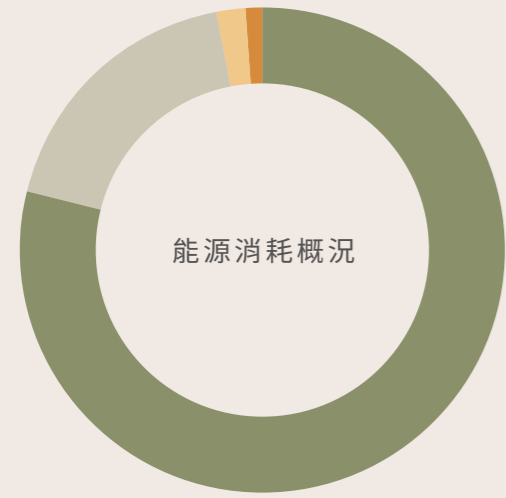
於二零二二年十一月，健合法國及Isigny Sainte-Mère Coopérative與諾曼底農業協會 (Chamber of Agriculture of Normandy) 舉行培訓，讓有機奶農更深入瞭解其碳足跡，並分享對碳排放產生影響的農業實踐。培訓期間，與會的24名農場主確定四大利益議題—即動物健康、小母牛飼養、電力生產及農林業--以減少溫室氣體排放。該等議題將納入二零二三年舉行的培訓課程中。



測量我們的氮氧化物 (NOx) 及硫氧化物 (SOx) 排放

二零二二年，我們委託有資質的第三方檢測機構精科檢測對我們位於中國長沙工廠的氮氧化物 (NOx) 的生產及硫氧化物 (SOx) 的可能排放進行檢查。根據本次檢查結果，蒸汽發動器每年產生約0.349噸NOx，排放的SOx濃度接近零。該等結果均低於當地政府規定的排放限額。

能源消耗



20,937兆瓦時

總能源消耗



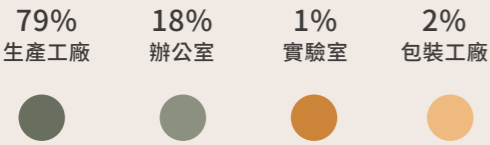
1.62兆瓦時/人
每名辦公室團隊成員



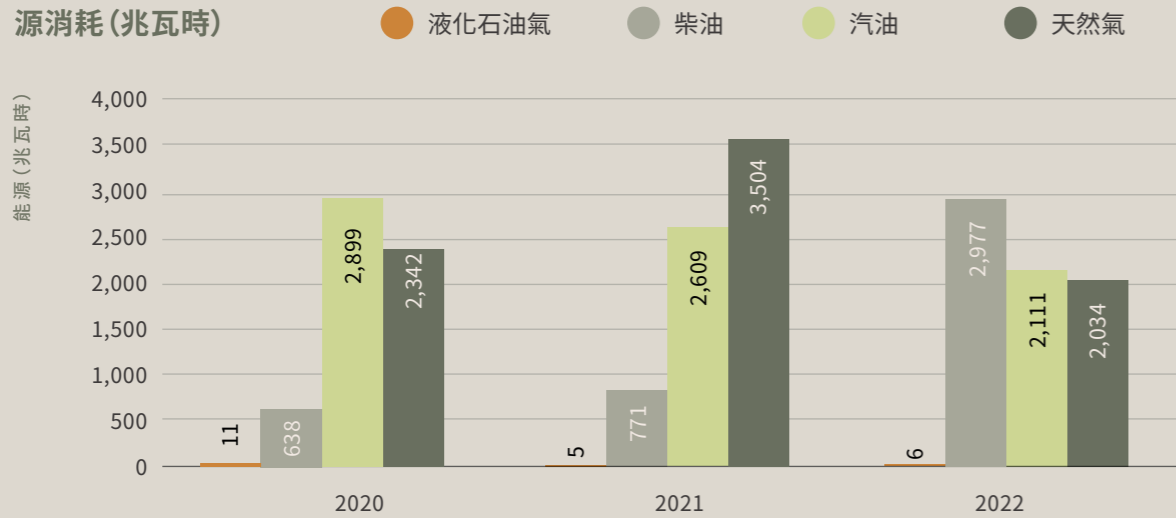
0.24千瓦時/單位產品
在工廠生產的每單位產品



0.005千瓦時/單位產品
包裝工廠每單位包裝



源消耗(兆瓦時)



我們的柴油和汽油消耗主要源自備用發電機消耗和專業車輛消耗。我們於二零二二年將所有健合運營地區用來商務旅行的公司用車油耗納入我們的範圍。

汽油和柴油之間的計算也在二零二二年進行了重新設計，導致分配給汽油的一小部分千瓦時被重新分配給柴油。

在二零二二年，由於將除濕機的余熱完全回收和轉化為能源，我們長沙工廠的天然氣使用量減少。*

*液化石油氣在升和千瓦時之間使用的換算係數已在二零二二年使用英國政府換算率進行了修改。為了保持年內一致，報告中對二零二零年和二零二一年採用了相同的轉換率。

減少環境足跡

降低生產工廠的能源使用

二零二二年，我們繼續於中國長沙的生產工廠實施節能項目。其中兩個項目描述如下。

中央空調自然製冷節能項目：長沙工廠的中央空調系統增加板式換熱器，能夠適應季節性製冷要求，並在冬季天氣較冷時及冬春季節期間停用空調主發動機，每年節省電力約204,000千瓦時。

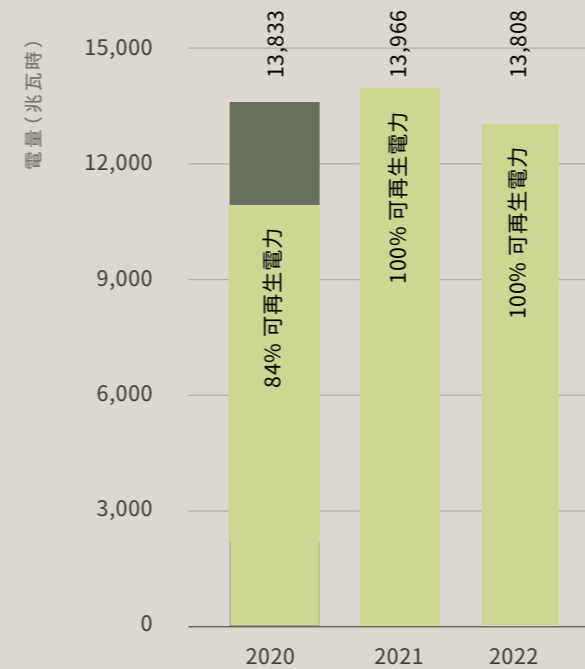
更換長沙辦公室空調的外隔板：我們更換了長沙辦公室空調系統的製冷設備，以提高散熱性能、提升製冷能力、縮短空調運作時間，每年節省電力約13,334千瓦時。

同比二零二一年，我們自有生產工廠生產的每單位產品耗電量在二零二二年下降13.23%。但僅考慮在中國內地的工廠，下降率達15.13%。

二零二二年的總用電量為13,808兆瓦時，與二零二一年相比下降了1.1%。

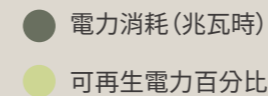
二零二一年，於中國內地租用辦公室的耗電量僅被部分收集。在二零二二年，租用辦公室的數據被直接收集或是根據團隊成員人數推斷，來提供辦公室完整耗電量情況。

電力消耗



我們100%的電力消耗由可再生能源電力覆蓋

我們購買能源屬性證書，其中包括可再生能源證書 (RECs)，改由由當地公用事業公司所提供的可再生能源選項，或者擁有自發電(現場)能源，例如我們位於廣州工廠的光伏太陽能電池板。



水資源管理

用水管理

我們著重保護營運場所的水資源，並了解到我們於世界各地的大部分場所均為辦公室，用水量有限。二零二二年，我們於營運設施推出節水措施，廣州、長沙及澳洲奧本的自有工廠（佔本集團耗水量的92%）的單位生產用水量降低了18.9%。由於我們的節水措施，儘管該等工廠生產的單位數量增加了，而我們的耗水量與二零二一年相比保持穩定。我們將繼續於未來尋找解決方案以節約更多水資源。

此外，不論在營運場所或辦公室，我們均鼓勵所有團隊成員提高節約用水的意識。

我們的直接運營不在水資源短缺的地區取水。

我們亦投放精力與供應鏈合作，以管理及減少用水。根據我們的《供應商行為準則》，我們希望供應商實施及維護水管理系統或類似程序，以衡量、管理及盡量減少對環境的不利影響。



56,905千升
耗水總量



1.70千升/人
每名辦公室團隊成員



757毫升/單位產品
在工廠生產的每單位產品



43.11毫升/單位產品
包裝工廠每單位包裝

我們的自有工廠的單位生產
用水量降低了18.9%

減少工廠的耗水量

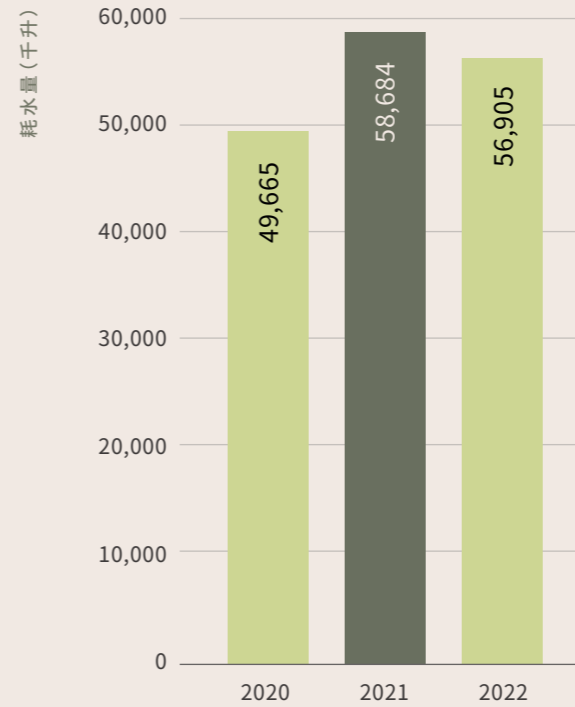
二零二二年，集團首先於中國內地的工廠推出節水措施。我們對廣州工廠的供水系統進行了改進，以更精密地控制儲水罐的水位，延長純淨水的儲存時間，並降低清空緩沖罐的頻率（同時始終確保純淨水的質量指標不會發生明顯變化且符合規範要求）。我們估計每年可節省5,566噸自來水。

此外，我們將廣州工廠設備的清洗方法改為乾洗及更改清洗頻率，估計此舉每天可節省2.5噸水。

我們亦於工廠開展「節約用水」活動，提醒團隊成員減少用水，包括在日常生活中。我們亦將水龍頭更換為自動水龍頭，並將流量調低20%。

我們將於未來數年實施其他節水措施，包括循環利用加工及空調製冷所用的純淨水。

耗水



二零二二年界線和假設變化的理由：

在二零二一年，中國內地租用辦公室的用水量僅被部分收集。在二零二二年，租用辦公室的全部數據被直接收集或根據團隊成員人數推斷。

對於無法獲取活動數據的所有其他辦事處，都使用有關地區的平均用水量假設進行推斷。



廢棄物管理方法

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並盡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，我們的團隊成員須在可行的情況下進行回收，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以進行適當回收。我們在營運場所制定程序，包括團隊成員應如何更有效地使用資源（包括限制紙張、食物或用水的浪費）和處理廢棄物，指導在可行時採取適當回收或循環利用措施。

二零二二年，在更新廣州及長沙工廠的廢棄物管理程序上，我們亦繼續更新廢棄物分類標籤及宣傳圖片，以確保廢棄物按照四類分類：有害廢棄物、可回收物、廚餘及其他廢棄物，並得到妥善處理。在二零二三年及以後，減少廢棄物仍將是一個主要重點。其已被列為我們一位高級管理人員的ESG關鍵績效指標之一，並被公認為我們所有團隊成員的集體責任。

我們的努力亦集中在與我們的供應鏈合作，以管理及減少廢棄物。根據《供應商行為準則》，我們希望供應商實施及維護廢棄物管理系統或類似程序，以衡量、管理及盡量減少對環境的不利影響。

最後，我們非常清楚在減少包裝產生的廢棄物或提高其可回收性方面的作用，特別是在產品的生命週期結束時。在我們的產品開發過程中，我們實施系統性措施，從源頭上減少廢棄物或提高材料回收率。請參閱本報告「創新」及「包裝」各節以了解更多關於我們致力改善包裝可持續性的詳情。



6,266噸
廢棄物總量



595千克/人
每名辦公室團隊成員
非有害廢棄物: 594 千克/人
有害廢棄物: 668 克/人

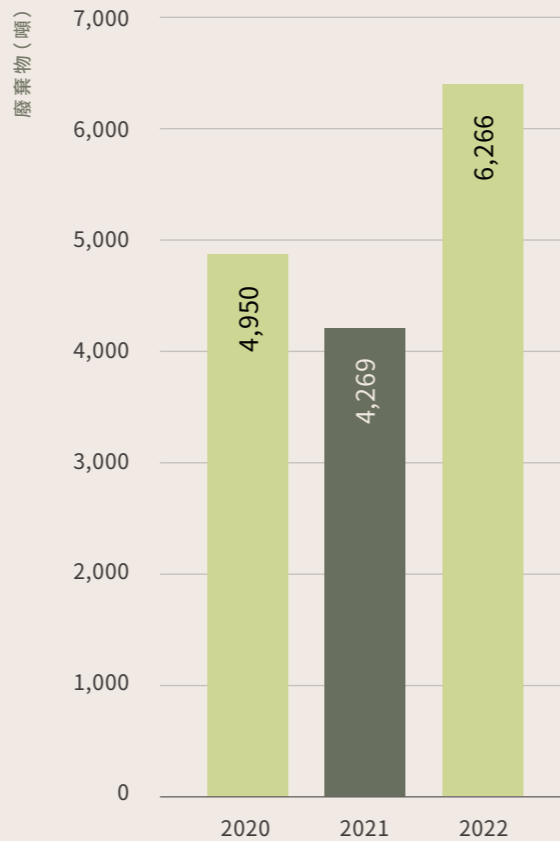


67克/單位產品
在工廠生產的每單位產品
非有害廢棄物: 66.74 克/單位產品
有害廢棄物: 0.02 克/單位產品



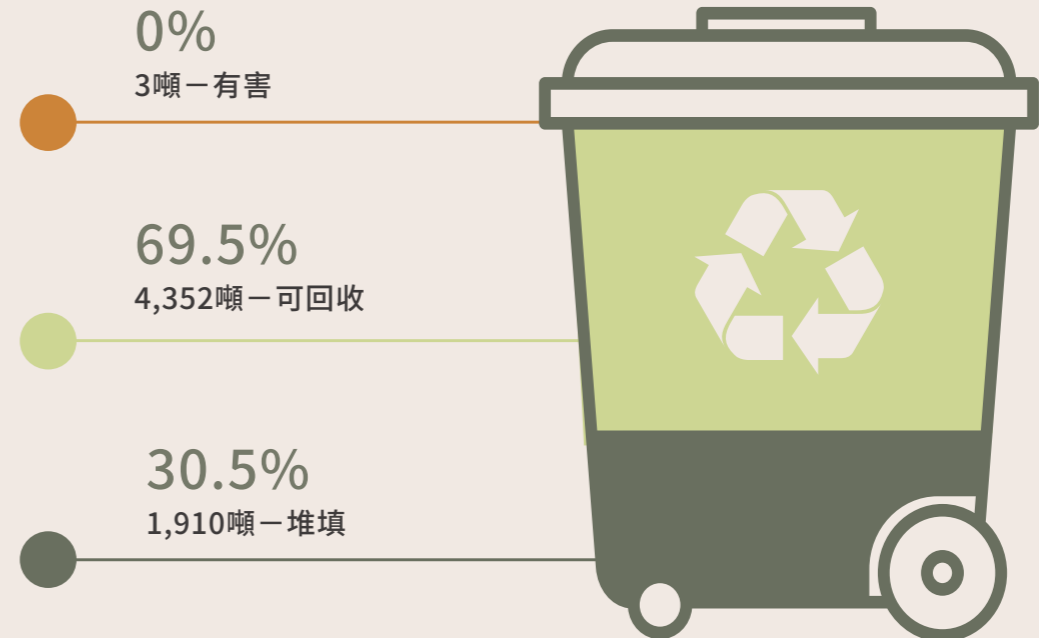
25克/單位產品
包裝工廠每單位包裝

每年的廢棄物總量



於二零二二年，與二零二一年相比，由於廢棄物分類和界線發生了變化，廢棄物總量(噸)增加了56%。在中國內地，我們將所有回收廢棄物歸類為可回收，而不是堆填。此外，在澳洲，與悉尼和墨爾本聯合製造商相關的廢棄物於二零二二年被考慮在集團的足跡內，遵循集團對其合作製造商的運營控制的溫室氣體方法論。我們在計算生產工廠的強度時包含這些廢棄物。

廢棄物類型明細(二零二二年)



氣候相關風險及機遇

評估公司的氣候相關風險及機遇，對於應對氣候變化、支持向低碳經濟轉型及確保靈活應對該等變化至關重要。有見及此，我們已於二零二二年完成全面瞭解氣候相關風險及機遇對本集團業務可能帶來的影響。

我們遵循氣候變化相關財務信息披露小組 (TCFD) 的建議，這是一個自願報告框架，供公司向投資者持續報告氣候風險。經考慮氣候相關風險及機遇的特殊性，綜合來自認可機構來源的外部情景及與內部利益相關方的磋商，我們制定詳細程序識別潛在氣候相關風險及機遇。

我們評估下列風險：

	風險描述	時間長度	潛在影響
實體風險 (由於氣候機制的長期演變以及氣候災害及極端事件的頻率及強度增加而產生的風險。有關改變可能會損害產品及基礎設施，中斷其採購及商業化。)	極端高溫事件及熱浪	中期	<ul style="list-style-type: none"> 由於受熱會對牛奶生產的數量及質量產生負面影響，因此牛奶獲取受阻。 由於增加空調需求以維持工人福利及生產力以及產品完整性，導致營運成本增加。
	農業及生態乾旱	中期	<ul style="list-style-type: none"> 因對農作物產量的負面影響導致原材料價格上漲或短缺。
	強降雨及洪澇災害	短期	<ul style="list-style-type: none"> 物流活動中斷，導致向客戶交付產品的時間增加及運輸成本增加。 倉儲基礎設施受損，對產品完整性產生潛在影響。
	森林火災	短期至中期	<ul style="list-style-type: none"> 對營運基礎設施及物流產生影響。

	風險描述	時間長度	潛在影響
過渡風險 (由於迅速實施向低碳經濟及社會轉型所需的溫室氣體減排措施而產生的風險。預期應對氣候變化的行動必須引入嚴格的規定，引發快速的市場演變，並由客戶偏好轉變帶動。)	碳定價政策 針對具體實踐的法規 (例子：制定減少使用塑料及支持減少包裝的規定；目前在市中心對熱能汽車通行的限制可能更普遍，要求「最後一里物流」更快地向電動車轉型。)	已涵蓋歐洲、中國內地及美國部分地區的關鍵行業。 短期至中期 短期	<ul style="list-style-type: none"> 以下項目成本增加：能源密集型原材料（鋁及化工產品）；轉型及製造工藝；以及運輸及物流。 增加營運成本以改變我們的做法。
	客戶偏好轉變	短期	<ul style="list-style-type: none"> 對就氣候變化產生特別負面影響的產品需求減少。
	聲譽挑戰	已識別新興趨勢。 長期為主流。	<ul style="list-style-type: none"> 譴責對氣候變化產生特別負面影響的產品。

氣候風險帶來的壓力亦為健合創造重大機遇，使我們的戰略與氣候變化的方向一致。

我們已識別若干可以導致未來成本降低及表現提高的機遇：

- 開發新低碳產品帶來機遇，可確保新的收入來源，將集團品牌定位為消費者眼中的行業領導者。我們預計，消費者對可持續發展的興趣激增，可能會在中期內導致我們的主要市場對素食產品的需求增加，為此，我們制定植物基戰略，以擴大所有產品細分的供應範圍。
- 在燃料價格可能上漲的情況下，使用更高效的運輸及配送可有助降低運輸成本。
- 據評估，使用更高效及更低碳的生產工藝在降低能源及碳定價成本方面發揮關鍵作用，從而在短期內提高競爭優勢。供應商參與改善能源效率及採購可再生能源可在利用此機遇方面發揮作用。
- 使用財務激勵亦為機遇，我們已通過可持續發展掛鉤貸款的方式加以利用。碳融資為減排或碳封存的做法提供報酬，亦可用來提高關鍵原料採購（例如牛奶）的競爭力。

瞭解我們的氣候相關風險及機遇後，我們開始深入分析我們針對已識別的其中一個重大氣候相關風險的業務韌性：碳定價政策對價值鏈各個環

本集團採納進取的氣候戰略，為管理已識別風險及保持行業競爭優勢的關鍵所在。

節的潛在影響。為了進行本氣候情景分析，我們重點關注兩種情景：(i)如常營運的情景，即碳定價機制與至今已有的機制想對類似；及(ii)激進減碳的情景，即碳定價機制以顯著的價格水平迅速在全球成為主流，推動溫室氣體排放迅速減少。此項分析將為我們的氣候戰略提供信息，包括我們的直接營運及與價值鏈上的利益相關方合作。

支持公平發展

我們保護社會公平，
此乃健康和快樂的根基。

我們努力確保與業務相關的每一個人都能享受
應有的基本權益及自由。

我們尊重員工，並改善員工的工作環境。

我們制定正式及非正式架構，以減少不平等及消除歧視。

5 GENDER
EQUALITY



8 DECENT WORK AND
ECONOMIC GROWTH



4項二零二二年最佳工作場所獎

入選二零二二年澳洲最佳女性職場

全球所有團隊成員都可獲得健康和
福祉倡議和福利保障

發佈全球多元化、公平和包容性 (DE&I) 聲明

發佈全球育兒假聲明

緒言

我們的健康和快樂理念始於與業務相關的人士，包括本集團內各實體聘用的團隊成員和供應鏈中的人員。我們深明，團隊成員是我們最重要的資產之一，保護員工的基本權益乃健康及快樂的根基。

在健合，支持社會公平發展包括但不限於：

推動多元化、
公平和包容的文化

保護團隊成員的健康
和安全，為團隊成員
謀福祉

確保我們為團隊成員
提供一致、公平和具
吸引力的薪酬和工作
條件及供應商提供良
好的工作條件。

我們於二零二零年在全世界推出健合員工行為準則，而於二零二二年，我們繼續在業務各層面中嵌入該準則，以確保教育和與該準則的一致性。健合員工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。此統一行為準則有助將我們團結成偉大的團隊，確保所有地區的企業文化一致，同時仍允許地區性員工手冊及合約中列明本地化資料。

我們各地的人才與文化團隊負責管理團隊成員的工作狀況、薪酬、福利及確保遵守相關法規。彼等致力於促進多元化、包容、公平招聘、員工留任和發展。在人才發展的各個階段，我們從下列三大因素評估、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，與我們的五大價值觀—「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」(CLEDE) 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。

於二零二零年，我們推出AID人才管理框架(包括上文所列能力、影響力及驅動力的關鍵特性)，以幫助我們評估、發展和獎勵我們的團隊成員。我們於二零二一年及二零二二年將其嵌入人才週期的大部分領域，並將於二零二三年繼續進行。該框架幫助我們根據能力、影響和驅動力這三個核心領域以評估、鎖定發展機會、潛力以及如何獎勵和認可我們的員工。我們將該AID框架應用於招聘流程及績效評估中，當中並無一個領域比其他領域更重要，其確保我們不會只關注某一個領域，而損害其他領域。該框架確保我們在招聘、培養及獎勵團隊成員方面的一致性和公平性，確保所有人享有公平的機遇及成果。其提升我們以個人化方式吸引、委聘及培養人才的方法。



像顛覆者一樣思考意味著：

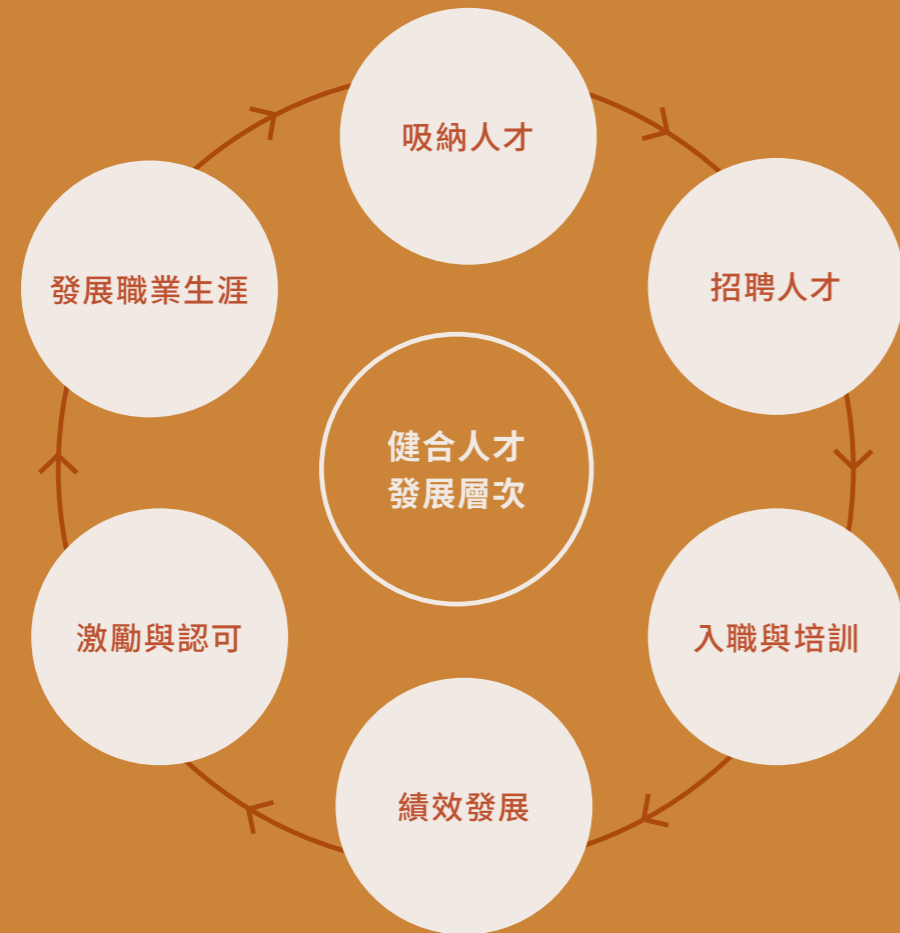
- 打破常規
- 我們以消費者為中心，我們心懷目標
- 我們主動把握機會，我們不原地等待
- 保持好奇心並為您的業務領域帶來創新



像主人翁一樣思考意味著：

- 勇於抓住機會
- 我們對自己的言行負責
- 果斷決策，抓住機遇
- 我們與團隊攜手共進

下圖顯示我們如何在健合集團支持人才的層次



建立我們的內部人才庫，形成高績效團隊；填補職位空缺並作為未來人才儲備

- 人才規劃及繼任計劃

為集團儲備人才

- 啟動吸引人才的程序
- 使用吸引人才的工具
- 打造僱主品牌

提供有競爭力的薪酬

- 年度薪酬回顧及半年度獎金激勵計劃
- 文化「健」行人認可計劃
- 健合「星」員工

協助團隊成員了解AID工具的使用，並通過該等工具掌握團隊成員的表現

- 入職培訓效果評估
- 員工手冊
- 線上培訓平台
- 價值觀評估
- 驅動力評估

員工個人自我發展自我激勵

- 360度調研評估
- 能力+影響力x動力(AID)評估工具

支持公平發展

認可團隊成員

於二零二二年，我們推出首個全球健合「星」員工獎，以表彰團隊成員的成就。該等獎項是我們地區獎的延伸，旨在認可及表彰世界各地的健合「星」員工。其提名來自我們的「健」行人認可計劃（於二零二一年啟動），其後列入健合執行委員會候選名單，以決定最優異的人選。每個獎項都

與我們的價值觀（激情、勇敢、信任、慶祝生活每一天及偉大的團隊）相符，並表彰對我們的文化及業務表現作出巨大貢獻的人士。我們於二零二三年將繼續頒發該等獎項。



外部獎項及認可

我們不斷努力提升員工體驗及對彼等的積極影響。該等知名獎項及認證為我們提供衡量卓越的基準。

- 二零二二年最佳工作場所認證(北美)
- 二零二二年最佳工作場所認證(澳洲及新西蘭)
- 二零二二年最佳工作場所認證(英國)
- 二零二二年最佳工作場所認證(意大利)
- 二零二二年最佳女性工作場所(澳洲及新西蘭)
- Mr. Offer頒發的二零二二年最佳體驗僱主獎(中國內地)
- 實習生頒發的二零二二年最愛僱主獎(中國內地)
- 獵聘頒發的二零二二年廣東非凡僱主(中國內地)
- 大易頒發的二零二二年僱主品牌經營典範獎(中國內地)
- Knx頒發的二零二二年數智化人才發展優秀案例獎及二零二二年企業文化優秀案例獎(中國內地)
- 《培訓》雜誌頒發的二零二二中國人才發展菁英獎(中國內地)
- 數智光華杯頒發的二零二二數字化學習管理傑出獎(中國內地)

工作環境與其他福利

集團所有團隊成員均屬適齡人士、自願受僱且按合理工時工作，符合當地監管機構規定的標準，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健康福利，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切合其所需的最佳健康福利。

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，這些都有助團隊成員保持健康、快樂和財務穩健。於二零二二年，我們在全球團隊成員健康福利上投入1.25百萬美元*。健康

和福利活動的例子包括面對面和虛擬鍛煉課程、健康零食和膳食、外部提供者的演示以及某些市場的醫療健康檢查。與二零二一年(達到1.66百萬美元)相比，該預算的減少部分原因是中國內地受COVID-19的影響和控制措施不同。

於二零二二年，我們並無發生與報酬、招聘晉升、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。於二零二二年，我們並無發生無理解僱事件。

*請注意，這個金額不包括一些區域的醫療保險投入

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，從而為各職級和管理級別的團隊成員提供優厚的福利。我們以行業水平基準的薪金和獎金激勵和獎勵達到或超額完成目標的團隊成員。

每年至少對薪金進行一次回顧，當中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，以確保過程公平和公正，並根據我們的AID人才框架進行評估。

於二零二二年，法國的所有團隊成員都受到集體談判協議的保障。在中國內地，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，我們並無根據集體談判安排僱用團隊成員。

年度總薪酬比率

二零二二年，集團薪酬最高的個人的年度總薪酬與所有團隊成員(不包括收入最高的個人)的年度總薪酬中位數之比為42:1。其年度總薪酬的相應百分比增長比例為-7:1。集團於二零二二年九月宣布終止行政總裁的職務，影響了年度總薪酬比率及百分比增長比率。

在計算年度總薪酬比例時，考慮了12月31日所有在職員工(不包括兼職、實習和外包員工)的年度基本薪酬(不包括長期激勵計劃)。



離職率及留任情況

澳洲及新西蘭	亞洲(中國內地除外)	中國內地	歐洲	北美	全球
17% 整體	30% 整體	24% 整體	46% 整體	30% 整體	25.2% 整體

按性別劃分

17% 男性	36% 男性	28% 男性	44% 男性	33% 男性	28.7% 男性
17% 女性	27% 女性	21% 女性	47% 女性	28% 女性	23.2% 女性

按年齡組別劃分

26% 30歲以下	25% 30歲以下	30% 30歲以下	48% 30歲以下	36% 30歲以下	31.5% 30歲以下
15% 30至50歲	33% 30至50歲	22% 30至50歲	47% 30至50歲	25% 30至50歲	23.2% 30至50歲
13% 50歲以上	0% 50歲以上	0% 50歲以上	27% 50歲以上	43% 50歲以上	21.3% 50歲以上

雖然二零二二年離職率(包括自願和非自願離職)仍然高於預期,但整體離職率25.2%較二零二一年的26.4%下降1.2。五個地區中的三個地區(即澳洲及新西蘭、亞洲(中國內地除外)及北美)的離職率較二零二一年的比率有所下降。該三個地區的女性團隊成員的離職率均大幅下降。於二零二二年,中國內地比率與二零二一年相比維持不變。五個地區中的三個地區(澳洲及新西蘭、中國內地及北美)的男性團隊成員的離職率亦有所下降。

該等理想結果可部分歸因於我們持續關注尋求回饋及觀察員工離職的原因,並將有關經驗付諸

實踐。此外,於疫情後,團隊成員的工作方式及期望有所轉變,因此我們亦改變方法,以委聘及挽留有才能的團隊成員。我們採用混合工作制,注重內部晉升及職業發展道路,培養互相信任及賦權的文化。

二零二二年的歐洲離職率較高,乃受英國及法國團隊實施的重組工作所影響。

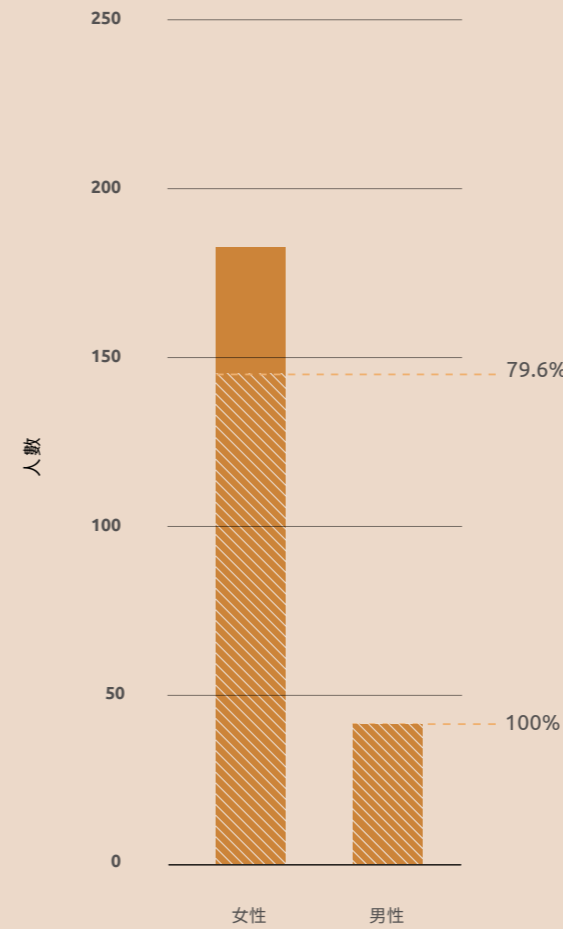
我們持續監測員工留任情況,嘗試了解員工離職的原因。我們將會制定計劃,確保離職率於二零二三年及以後持續下降。

育兒假

我們採用育兒假及返崗率來衡量我們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,所以我們本身更要做到言行一致,讓團隊中的父母有機會休假,其職涯發展在返崗後亦不受影響。

儘管各地區的資格標準和金額有所不同,所有團隊成員均有資格享有育兒假。在我們所在的五個地區中,其中兩個地區-澳洲及新西蘭以及歐洲/英國--提供法規要求水平以上的額外帶薪假或財政支援。我們也認識到這一方式體現我們於整個業務中支持性別平等。

於二零二二年,我們發佈《全球育兒假聲明》,表明健合集團對育兒假的態度及我們對計劃休育兒假(無論第一次或第二次)的團隊成員的支持。由於本集團於國際層面營運,團隊成員參考其當地政策作為指導,不同地區政策可能有所不同。



● 已休育兒假人數
 ● 休育兒假後返崗比例

於二零二二年,我們發佈《全球育兒假聲明》,表明健合集團對育兒假的態度及我們對計劃休育兒假(無論第一次或第二次)的團隊成員的支持。

多元化、公平和包容性

推動多元化、公平和包容的文化一直至關重要，但近年來已成為健合集團的更關鍵焦點，亦是我們可持續發展戰略的一部分。

我們的目標是促進及支持全面多元化中不同人群的代表及參與度，藉此，我們發現及尋求解決產生不利條件的結構性不平等，同時創造能讓全體團隊成員將在工作中體現真實自我的環境，從而對本集團產生歸屬感。我們深明多元化、公平和包容性的戰略重點能夠令團隊成員及本集團在提升健康及幸福方面有更佳表現及在競爭中脫穎而出。我們認為支持多元化、公平

和包容性是推動創新及價值的關鍵驅動因素，其令我們能夠更有創造性地解決問題，從而帶來更好的健康效果，並提高社區中所有人的生活質量。

所幸，我們偉大的團隊提供廣泛的人才、背景及見解，正正是我們創新、合作及創造力的驅動力。於二零二二年，我們發佈第一份《全球多元化、公平和包容性聲明》，當中闡明我們致力培養多元化、公平和包容性的工作場所文化及經驗，讓每個人都能獲得尊嚴及受到尊重。

全球多元化及共融新計劃 #IamRemarkable

於二零二二年，在行政總裁的強力支持下，我們推出多元化及共融計劃#IamRemarkable，此項計劃是谷歌兩名女性員工發起全球運動的一部分，旨在賦能女性及其他弱勢群體，肯定其在職場及其他領域取得的成就。中國內地團隊首先舉行兩場線上研討會；倫敦團隊新聘請一名外部協調人，為來自英國及歐洲辦公

室的團隊成員舉辦我們的第一次線下#IamRemarkable研討會。澳洲團隊亦在墨爾本谷歌辦公室舉辦線下研討會。我們的亞洲團隊（中國內地除外）已完成三次線上研討會，涵蓋該地區75%以上的團隊成員。成功舉辦該等研討會後，我們將於二零二三年在全球所有健合辦事處進一步推廣此倡議。

於二零二二年，我們發佈第一份《全球多元化、公平和包容性聲明》，當中闡明我們致力培養多元化、公平和包容性的工作場所文化及經驗，讓每個人都能獲得尊嚴及受到尊重。

「慶祝生活每一天」委員會

在於多元化及包容性領域打造更強大的集團方面，澳洲和新西蘭地區率先成立「慶祝生活每一天」委員會，該委員會標誌著「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)」相連。

「慶祝生活每一天」委員會成立於二

零一八年，由26名團隊成員組成，彼等自願幫助促進我們的多元化、公平和包容性文化。該團隊專注於六個次級維度，各維度均設改進戰略及路線圖。

於二零二二年，我們的人才與文化團隊通過展示「慶祝生活每一天」委員會，以招募全球「慶祝生活每一天」倡導者網絡以協助融入該等舉措，負責交付工作以及接收回饋及見解，以持續發展及改進。我們亦實施更多結構，以優化我們的倡導者網絡，並將與其他地區分享該等經驗。

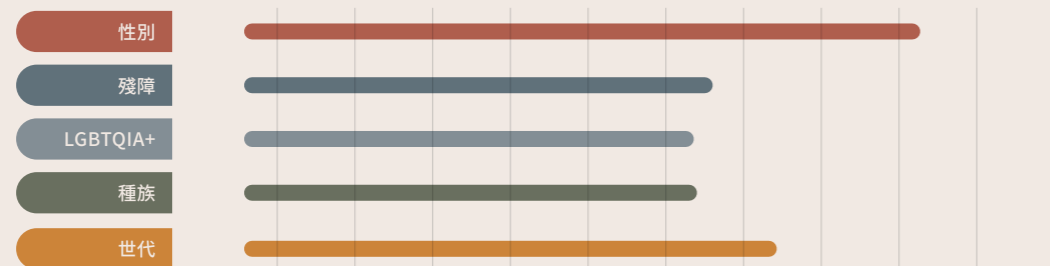


衡量我們的多元化、公平及包容性影響

於二零二二年，我們與Mixity（一間科技向善初創公司，衡量、監測及促進工作場所多元化及包容性影響的領軍企業）合作，以評估健合集團的多元化、公平及包容性足跡。

基於健合集團二零二一年數據，Mixity的評估包括五大關鍵類別：

- 性別平等
- 殘障
- 種族及多元文化
- 世代
- LGBTQIA+



此足跡表示我們於不同方面的成熟度分數。分支距離中心越遠，代表本公司越符合Mixity的多元化及包容性政策預期。

我們的全球多元化、平等及包容性足跡 (按維度)



*數據僅來自歐洲、澳洲及新西蘭和北美團隊

Mixity強調健合的多項多元化、公平及包容性成就及最佳實踐，包括：

- 澳洲及新西蘭的「慶祝生活每一天」委員會以五大維度為基礎，以制定多元化、平等及包容性倡議及計劃
- 澳洲及新西蘭全體經理和美國全體招聘人員均已接受非歧視培訓
- 在可比較的情況下，歐洲團隊的性別薪酬差距為0.29%
- 與積極促進和支持亞洲、澳洲及新西蘭以及歐洲的種族、文化及社會多樣性的協會發展夥伴關係
- 歐洲和美國平衡的年齡金字塔
- 人力資源政策適用於澳洲及新西蘭以及歐洲的LGBTQIA+團隊成員。

我們將繼續與Mixity合作，在二零二三年基於二零二二年的數據重新評估我們的全球及區域多元化、平等及包容性足跡。

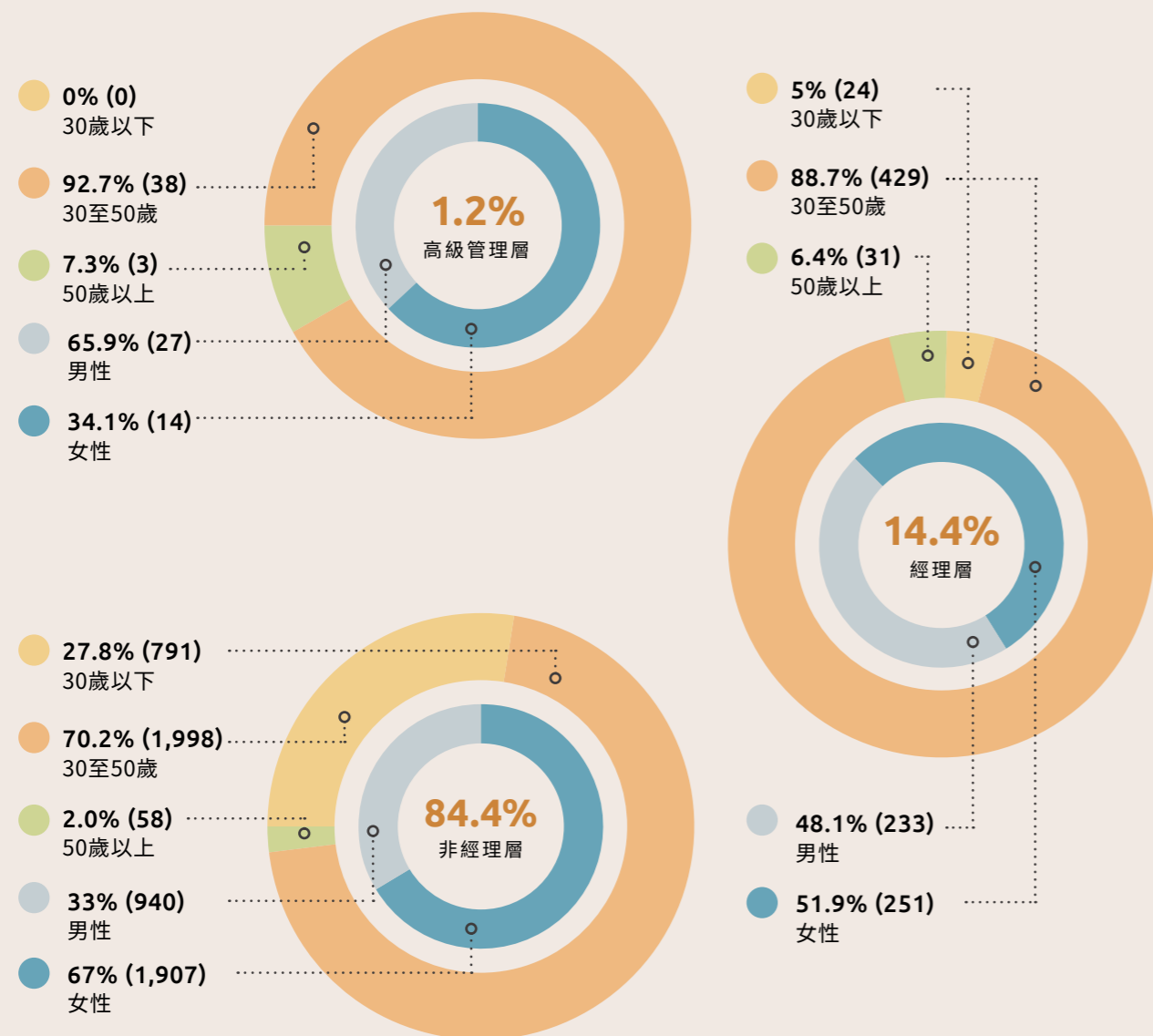
人才招聘

為了確保向求職者提供平等的機會，人才招聘團隊確保就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。除中國內地外，我們所有的地區都使用領英作為主動搜索工具，進行匿名履歷審閱，以確保並無基於個人姓名的無意識偏見，並推斷出彼等的性別、國籍或種族。

按級別、年齡段和性別劃分的團隊成員

報告期末的全職團隊成員數量



我們的網站更易於訪問

健合致力於實現可達性、多元化及包容性。因此，我們相信所有消費者和廣大公眾均能瀏覽我們的網站。

於二零二二年，我們一直部署解決方案，為所有瀏覽我們網站的人士提供包容和平等體驗。我們的Zesty Paws快樂一爪及集團網站均配備工具欄輔助功能界面。該等界面旨在確保良好的用戶體驗，無論使用不同輔助技術瀏覽網站，亦不論有意瀏覽網站的個人具體能力。我們的目標是將該等無障礙解決方案擴展至我們的其他品牌網站。

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，覆蓋全體團隊成員。該政策涵蓋提出及管理工作場所的健康或安全風險的方式，以及如何記錄和管理事故等內容。該政策可通過本集團網站查閱。

於二零二二年九月，我們的廣州工廠通過ISO 45001（職業健康安全管理體系）認證，表明我們致力為團隊成員提供安全和健康的工作場所。

我們很自豪地報告，在整個集團內，我們於二零二二年概無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。

在二零二二年我們並未發生工傷事故。自二零一七年報告以來，健合概無發生過死亡事故。

二零二二年安全狀況

- 沒有死亡報告
- 沒有工傷
- 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
- 在澳洲及新西蘭、新加坡、中國內地、歐洲和北美運作的健康與安全委員會
- 我們的廣州工廠通過了ISO 45001（職業健康安全管理體系）認證
- 澳洲和新西蘭、歐洲及中國內地的全體團隊成員接受職業健康與安全（OH&S）方面的培訓

現代奴隸制

健合已發佈《反對現代奴隸制聲明》，我們每年都會進行回顧及更新。本聲明涵蓋健合集團及我們在全球的運營實體，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《供應商行為準則》（其中包括關於我們於權益及自由就業方面立場的部分）；實施對我們的直接供應商進行盡職調查的正式程序；以及推行我們的共益企業（B Corp）認證過程。我們的供應商必須在供應關係開始時簽署《供應商行為準則》，並遵守其中的指引，以繼續與我們合作。

在澳洲和新西蘭，我們的職業健康與安全培訓涵蓋與不同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，這包括消防通道等辦公室參觀、火災逃生以及消防管理員和急救導師，每層樓層均張貼海報，當中載有這些團隊成員和其聯繫方式。對於在家工作的員工（或混合工作員工），這包括確保符合人體工學的设置以及報告健康和風險。對於銷售現場團隊，彼等接受專門的汽車駕駛和道路安全培訓，由專門培訓機構提供。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。我們的澳洲及新西蘭團隊中亦有心理健康急救員，隨時準備在需要時為團隊成員提供支持。

健康和福祉，以支持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，肯定和分享健康對彼此的意義，此乃本公司文化的重要一環。我們不僅要確保消費者和客戶的健康和快樂，團隊成員的健康和快樂同樣重要。所有健合團隊成員在六月的第二週慶祝健康週。健康週為我們每天提供參加一項健康活動的機會，是集團層面的運動目標，包括正念音樂、團隊成員分享

的美味和營養食譜、全球訓練，以及滋養和支持身體、生態系統和社區的技巧和建議。每項活動都將我們的三大健康支柱（營養、運動和正念）之一帶入生活。健康週是一項重大的舉措，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。

- 勇往直前**
志存高遠，追求創新
- 激情燃燒**
專注投入，積極主動
- 慶祝生活每一天**
積極向上，健康快樂
- 相互信任**
信守承諾，充分授權
- 偉大的團隊**
開誠布公，攜手共贏



二零二二年團建活動

在健合，我們深知面對面交流的重要性。於二零二二年，我們的澳洲及新西蘭、北美及中國團隊各自以大團隊相聚，是疫情以來首次交流。

澳洲及新西蘭團隊成員首辦One Big Team Retreat，以「無限」為主題在澳洲維多利亞州的Cape Schanck RACV度假村舉行為期兩天的全員工戶外活動。

在這段非「日常」業務運營時間裡，我們鼓勵團隊通過晚宴、自然漫步、高爾夫、瑜伽和冥想等團隊活動互相聯繫。活動期間，團隊聽取外部主講人關於創新、創造力、動力、勇敢和恐懼等主題的演講。健合領導亦分享勇於展示

弱勢、培養團隊聯繫及在商業環境中保持魄力的故事。我們亦為全公司推出共融行動計劃，由當地土著長老主持煙燻儀式。

北美寵物營養及護理用品商業團隊亦在佛羅里達州奧蘭多舉行為期三天的面對面會議，關注如何實現今年銷售目標，為討論團隊的集體挑戰、慶功及制定行動計劃以推動二零二二年及以後的強勁表現提供絕佳機會。

中國內地團隊亦在二零二二年八月參加人文發展研討會。46名當地團隊成員進行一天的團建活動，例如羽毛球、跑步、游泳、呼啦圈，以培養適用於職業及個人生活的實用技能和知識。



培訓及發展

我們通過內部及／或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。部分關鍵的要點包括：

1,770

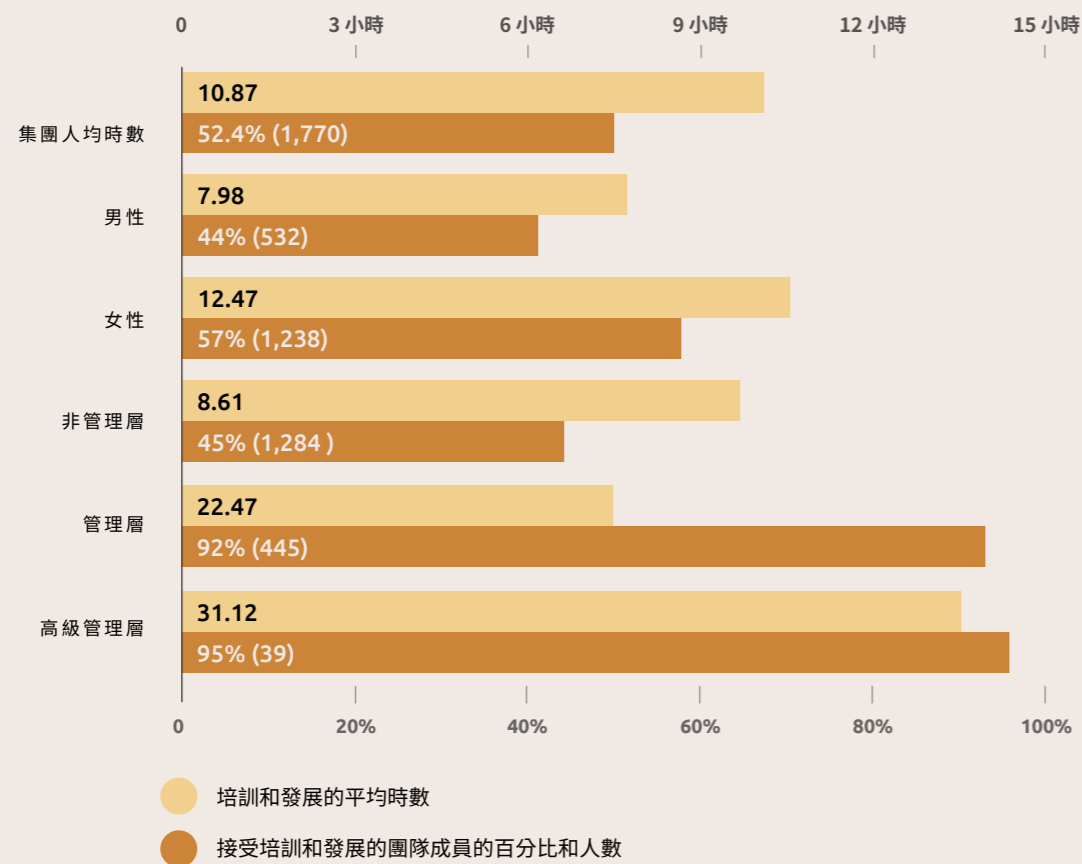
名團隊成員於二零二二進行培訓和發展（二零二一年為 2,514名），培訓總時長為 36,663小時（二零二一年為 32,290小時）。

我們的團隊成員進行了大量的培訓（與二零二一年相比，無論是所有類別的總時間還是平均時間都有所增加），這表明我們致力於他們的成長和發展。在中國內地（占我們團隊成員的 77% 以上），我們的培訓計劃在二零二二年側重於我們的經理和高管（二零二一年側重我們的非管理

人員），解釋了與二零二一年相比，二零二二年接受培訓的團隊成員數量減少。

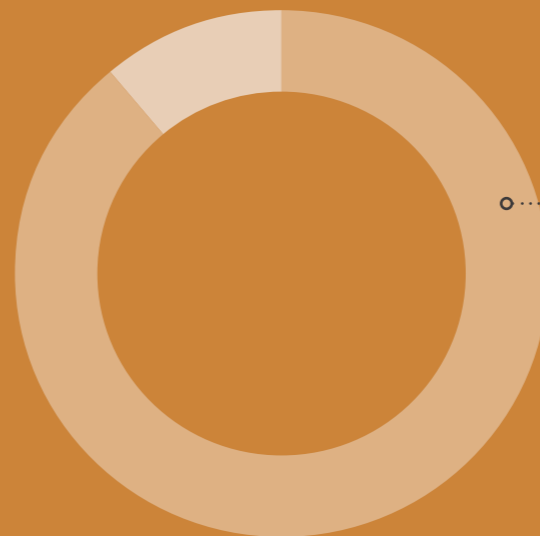
我們還認清到，職業機會和發展是留任的關鍵策略，這一重點將持續到二零二三年。

二零二二年按類別劃分的培訓和發展：



該培訓和發展的數據不包含中國內地年度合規培訓的相關數據。

支持公平發展



86.8%

團隊成員對培訓和發展的整體滿意度（二零二一年為88.92%）。

*滿意度按加權平均數計算，以提供真實和準確的表述

36,663 小時

整個集團進行培訓和發展的總時數



完善企業管治

我們在決策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。

我們監測並降低風險，把握支持我們使命的機會。

我們坦誠分享與本公司業績有關的信息。



點亮二二零二

99%以上

我們來自世界各地的團隊成員中有99%以上已完成年度合規培訓

持續更新和實施本集團事故管理政策及隱私影響評估流程

道德、誠信與信任

於健合，我們對完善治理的承諾影響著我們開展業務的所有方面。其給予我們必要的幫助，促進我們負責任地經營業務、確定本集團可持續發展願景並實施相應的策略。

我們於工作場所及業務關係中倡導道德、正直與信任的價值觀，堅決打擊舞弊及腐敗行為，該等行為將嚴重損害公司利益以及我們與員工、業務夥伴的良好關係，並最終影響本集團的可持續發展。

為提倡該等價值觀，我們維持強而有力的綜合框架，包括相應政策、內部審計、各類提升員工意識的舉措以及保證本集團治理機構對道德規範實踐的有效監督。

反舞弊(包括反腐敗)政策

我們致力使健合成為公平透明的工作場所。

健合集團嚴格遵守關於反腐敗及反舞弊的法律法規(包括關於賄賂、敲詐及洗錢)。我們創建集團反舞弊政策及舉報人保護政策並向我們的各級團隊成員(包括高級管理層團隊及董事會)以及所有供應商和商業夥伴傳播，並可供彼等輕鬆查閱。該等政策於集團網站上公佈並在內部使用。我們亦為位於中國內地、澳洲及新西蘭的主要運營單位創建適用與本地的相關地區程序及政策。該等政策對集團進行反舞弊管理設定統一的基調和原則，明確傳達我們對任何類型的舞弊及腐敗行為一貫的零容忍態度。該等政策亦會定期審查及更新。

該等政策規定本集團及其員工有責任防止任何舞弊行為，包括但不限於賄賂行為(索取/收受不當商業利益)、無視利益衝突、貪污或挪用公司資產。集團反舞弊政策及舉報人保護政策亦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。

我們的行為準則概述健合集團的道德決策框架，以確保團隊成員作出合乎道德的決定，而反舞弊政策明確界定構成舞弊及違規的行為類型。

我們全力支持世界衛生組織(WHO)關於母乳餵養的倡議，認同世界衛生組織《國際母乳代用品銷售守則》及隨後舉行的相關世界衛生大會的原則的重要性，並承諾保證我們的銷售策略完全符合《國際母乳代用品銷售守則》政策，不會影響母親對母乳餵養的選擇。

如何作出正確選擇

不確定則從下列提問尋求指引

其是否遵守法律及法規？

其是否符合健合集團的政策及程序？

其是否與健合集團的價值觀一致？

其是否能保護健合集團的聲譽？

本人是否做到真實及誠實？

其是否視為是由經理或本人所尊敬的人士作出的道德決定？

我們對於在健合營造公平透明的工作場所的決心亦延伸至我們的供應商及業務夥伴。我們於《供應商行為準則》確立供應商反腐敗標準，其中包括我們對合規及誠信的立場，以及供應商反腐敗及反洗錢原則。我們亦向供應商聲明，本集團對任何腐敗行為採取零容忍態度，該等行為包括利益衝突、受賄或行賄、勒索、欺詐或偽造商業記錄等多種形式進行。

《供應商行為準則》明確指出，本集團遵守業務所在地國家及地區的所有相關法律。此包括我們的供應夥伴開展業務所在的地區，亦期望我們的供應商能同樣致力於遵守相關法律。

誠如我們的《供應商行為準則》所述，我們亦期望供應商能夠：

- 遵守所有關於賄賂、腐敗、反壟斷、公平競爭及其他被禁止的商業行為的相關國家及地方立法，包括執行相關政策及適當報告違規行為
- 遵守所有國家及地方有關保險的立法
- 管理風險、治理及合規
- 實施和維護僱員及供應商的申訴管理程序
- 實施和維護舉報人政策及同等程序，禁止對舉報人進行報復或傷害
- 實施和維護書面的業務連續性計劃。

當證實任何欺詐行為時，相關團隊成員或當事人將依政策受到適當的紀律處分。

對道德和腐敗問題的監督以及內部審計職能的獨立作用

我們於反舞弊管理方面採用三道防線機制。

董事會(包括其審核委員會)及我們的高級管理團隊按照其職權範圍及相關政策規定,承擔管理商業道德及腐敗問題的責任。我們的環境、社會及管治委員會致力制定本集團與業務可持續發展相關的願景、目的、目標及策略,亦處理道德及風險以及可能影響我們業務的事宜。

本集團的內部審計職能在協調和進行舞弊調查中肩負第三道防線的獨立角色。該個團隊直接向董事會的審核委員會和本集團的高級管理團隊彙報,該安排將使他們在打擊任何潛在的舞弊或貪污行為時不受任何干擾。

我們的內部審計團隊執行定期及風險導向的審計,重點關注道德規範和相關控制措施的成效。並根據內部審計建議,於必要時更新或傳達相關政策。

我們的內部審計職能對我們最大的市場 - 中國內地—執行常規審計。該等基於風險的抽樣測試涵蓋各類型費用報銷、關注道德問題及腐敗信託、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。

於審計完成後,該團隊會將結果及建議向中國內地的所有團隊成員公佈。

內部審計團隊亦執行涉及財務及內部監控的專項審計項目,亦涵蓋各審計範圍內的道德規範。

與董事會審核委員會的溝通

本集團與治理機構成員就反舞弊及反腐敗問題保持有效及坦誠溝通。

我們的內部審計職能部門每半年與集團董事會審核委員會和健合高級管理層團隊舉行會議,審閱其審計、反舞弊及反腐敗工作。該團隊亦每季度及於必要時向審核委員會報告本集團的反舞弊和反腐敗表現。該等持續溝通確保審核委員會

能夠有效地監督本集團道德和反舞弊標準及其實踐。倘有任何重大的舞弊或腐敗事件,審核委員會其後及時向董事會全體成員報告。

反舞弊和反腐敗培訓

我們非常重視及不斷提高團隊成員及業務夥伴對舞弊和腐敗的瞭解和意識,並採用多種方式提供培訓。

於二零二二年,集團全部團隊成員均已完成「年度合規培訓計劃」,涵蓋廣泛的合規主題,包括但不限於員工行為準則、反舞弊、財務合規、反壟斷、信息安全、內幕消息和證券交易、利益衝突管理以及遵守《母乳代用品盡責營銷政策》。截至二零二二年底,超過99%的團隊成員已成功完成培訓,並確認他們遵守合規要求。該培訓計劃將每年更新,並要求所有團隊成員*均須完成。

我們期望董事遵守高標準的專業和道德守則。作為公司治理實踐的一部分,他們於獲委任時接受關於其受信責任和責任的專門培訓,並持續接受培訓。他們亦定期獲告知及更新董事的職責,包括反腐敗事宜。

**視乎工作職責而定,我們的合同工亦須完成培訓。所有團隊成員均可參加年度合規培訓。*

超過99%的團隊成員已成功完成關於道德行為的全球培訓,以及其他合規主題培訓

二零二二年按地區劃分團隊成員完成合規培訓的情況

澳新	亞洲(除中國內地)	中國內地	歐盟	北美
100%	100%	100%	100%	98%

反舞弊及舉報

我們的舉報人保護政策概述所有團隊成員和業務夥伴(包括供應商)可用的多種舉報渠道。其亦概述保護舉報人的措施,以鼓勵善意報告人免受任何報復或打擊。

我們鼓勵所有團隊成員、服務供應商和業務夥伴使用我們的舞弊舉報平台「HH Speak Up」,舉報任何與欺詐、賄賂、腐敗、濫權、利益衝突、盜竊相關的不當行為、以及不符合我們《母乳代用品盡責營銷政策》的營銷行為或任何其他不道德行為或不當行為有關。

「HH Speak Up」自二零一九年推出以來一直運作暢順。該平台由外部供應商德勤管理,以保證匿名舉報的保密性,保證信息傳遞的準確。該平台向各地區所有團隊成員、供應商和零售商提供全天候的多種舉報渠道(如官方網站、電話和電郵聯繫)使用。我們的網站提供使用「HH Speak Up」平台的所有相關信息及詳情,確保任何需要者均可獲得相關信息。

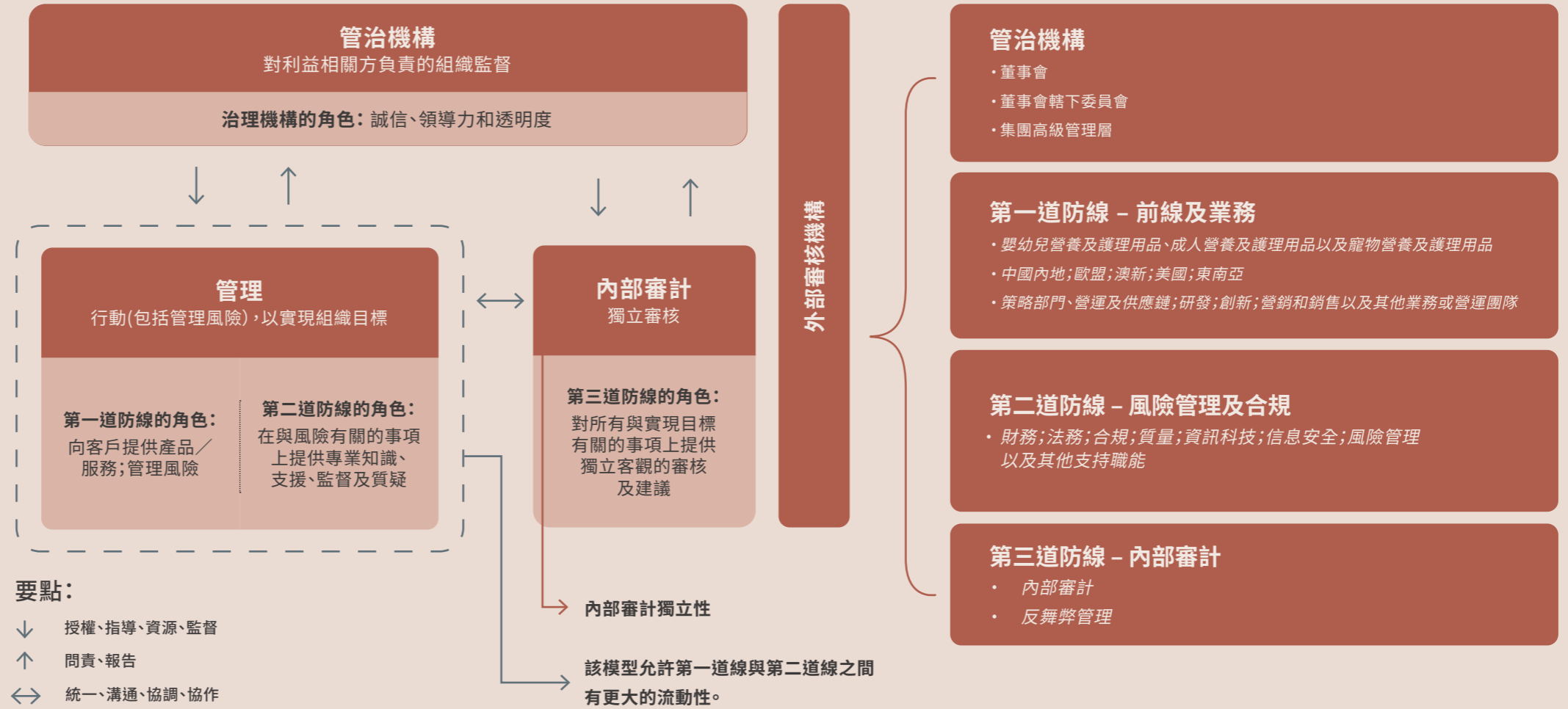
於二零二二年,集團內部審計職能通過包括「HH Speak Up」在內等多種舉報渠道接獲30宗舉報。所有舉報均已作調查,16名僱員因違反本集團政策而被解僱或接受處分(其中包括兩宗腐敗事件,相關員工已被處分,我們亦終止與相關業務夥伴的合作關係)。我們就5宗案件尋求外部顧問的支持,大大推動有關調查的進展。關於源自世界衛生組織守則的《母乳代用品盡責營銷政策》,我們並未於HH Speak Up接獲任何涉嫌違反該政策的舉報。

風險管理

我們非常重視風險管理，並藉此：

- 提高透明度
- 支持決策
- 為本集團的持續改進作出貢獻。

我們的風險管理遵循三道防線模式。該模式有助於組織識別影響目標實現的架構及流程，並有助於實現穩健治理和風險管理。



本集團已制定集團風險管理框架，作為我們風險管理實踐的整體指引，其體現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。

該框架規定組織結構、角色和責任，以及識別、評估和減輕風險的程序。其亦指導我們的風險管理實踐。

定期集團風險評估

我們的風險管理職能部門每半年進行一次集團風險評估。

以下為該風險評估過程的概況：

- 向本集團及地區的中高級管理團隊成員收集風險意見。
- 諮詢內部專家。
- 編制完整報告，包括呈現管理層風險偏好、本集團的風險熱力圖和緩解建議，以及其他重大風險信息。
- 向集團高級管理團隊和董事會審核委員會提呈集團風險評估報告，以支持其戰略決策。

風險管理團隊亦持續跟蹤主要風險的變化，並向恰當的管理層或治理機構成員匯報。

此外，每個團隊均需識別和評估其範圍內的風險，並及時向風險管理團隊報告任何重大風險。

於二零二二年，我們改進了集團年度風險評估問卷，該問卷專門向集團和地區管理層收集其關於ESG的意見。

集團事故管理政策

於二零二二年，我們完善了集團的風險管理系統。我們制定集團事故管理政策(以既存區域事件管理政策為基礎)，並向所有團隊成員發佈。該政策規定重大事故或危機須上報本集團管理層的程序，風險事故評級標準，以及事故管理中的角色和責任。該政策旨在保證重大事故發生時，地區可以採取迅速應對行動，同時集團能夠及時收到報告。

政府事務

我們的政府事務及公共事務團隊於二零二二年負責與政府部門、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，旨在加強我們與政府的關係，並將本公司定位為在一系列重要行業發展事宜上值得信賴的行業領導者。

我們的股權架構中並無任何政府實體。健合集團於二零二二年並無作出任何財政或實物的政治捐獻。

數據隱私和安全

數據隱私和數據保護問題是保障個人（包括我們的客戶和團隊成員）基本權利的關鍵因素。

我們的個人信息管理系統自二零一八年以來一直由全球信息安全團隊使用，以確保健合及我們的供應商嚴格保護相關利益相關方（包括我們的客戶、員工及業務夥伴）的資料隱私。

健合集團的所有品牌均遵守我們運營所在市場的隱私法律規定。

舉例而言，於二零二二年，我們遵守歐盟《通用數據保護規範（General Data Protection Regulation, GDPR）》、澳洲的《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）》。我們於集團的信息系統中遵循「基於設計和默認的隱私保護和安全控制」原則。

我們在各市場持續實施《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》以更妥善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体系或類似系統，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應對安全性漏洞的防衛；以及我們全集團在收集數據時首先確保客戶同意明文條款及條件。

在全球範圍內，我們於二零二二年並無發生與隱私事宜有關的違規事件，亦無發現任何洩漏、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，並及時向當地法務部匯報事宜。我們在各地區並無涉及知識產權的不合規事件。我們亦設有本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品類的機密產品資料。



稅務透明

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。

我們在稅務策略上採取主動方針，並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。該等原則受本集團《稅務風險管理政策》規管。

該政策經董事會批准，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，並得到集團授權、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，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。

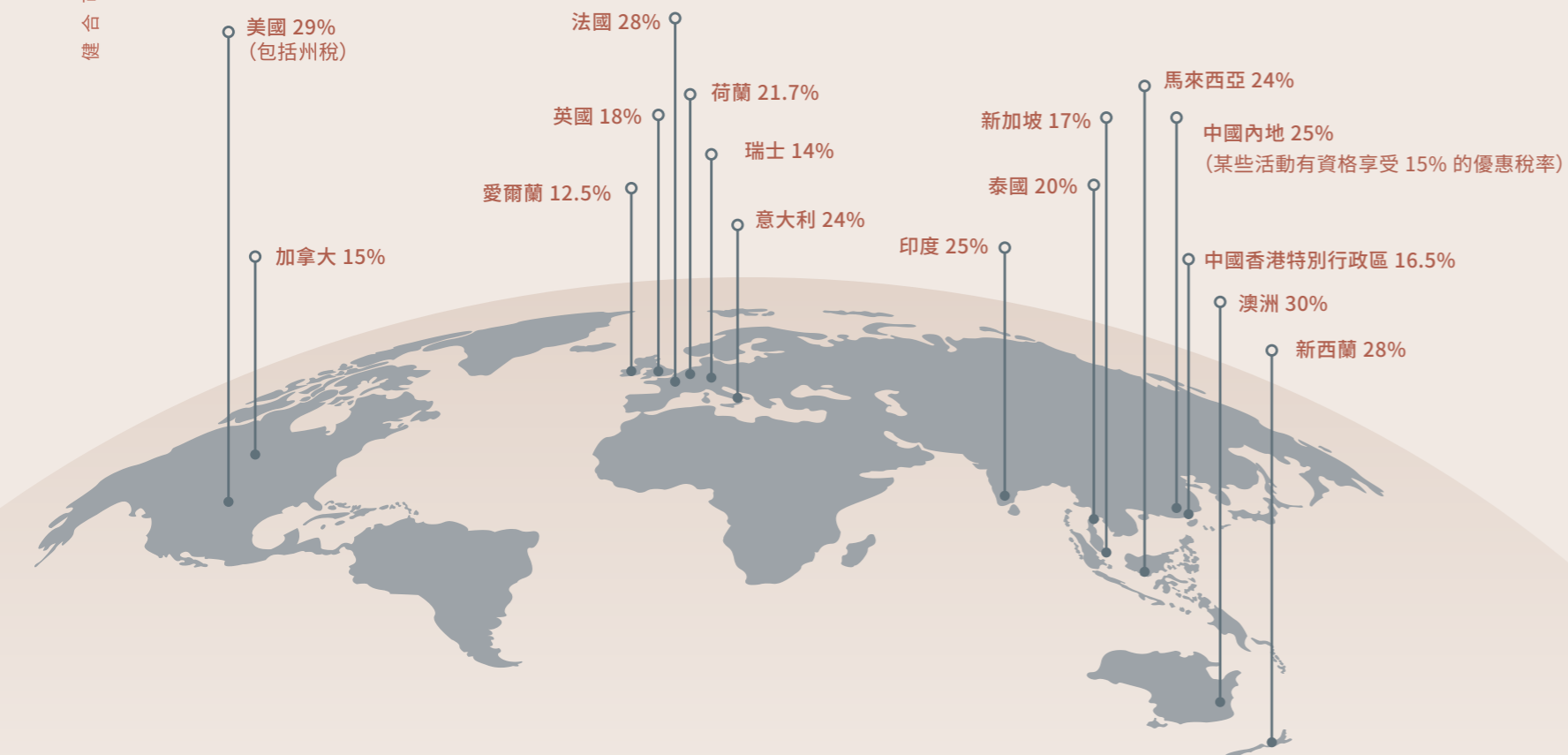
健合集團於二零二二年的實際稅率（即會計所得稅開支，以佔除稅前溢利的百分比列示）為40.7%，反映

- 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

健合集團在多個國家開展業務，作為一個企業納稅人，我們對業務所在地區的經濟作出貢獻。集團已付稅項分佈反映業務的地理分佈。

健合集團運營所在地區於二零二二年的企業所得稅稅率為：



本公司為香港特別行政區稅務居民。

主要附屬公司於《二零二二年年報》披露。

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

於二零二二年，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

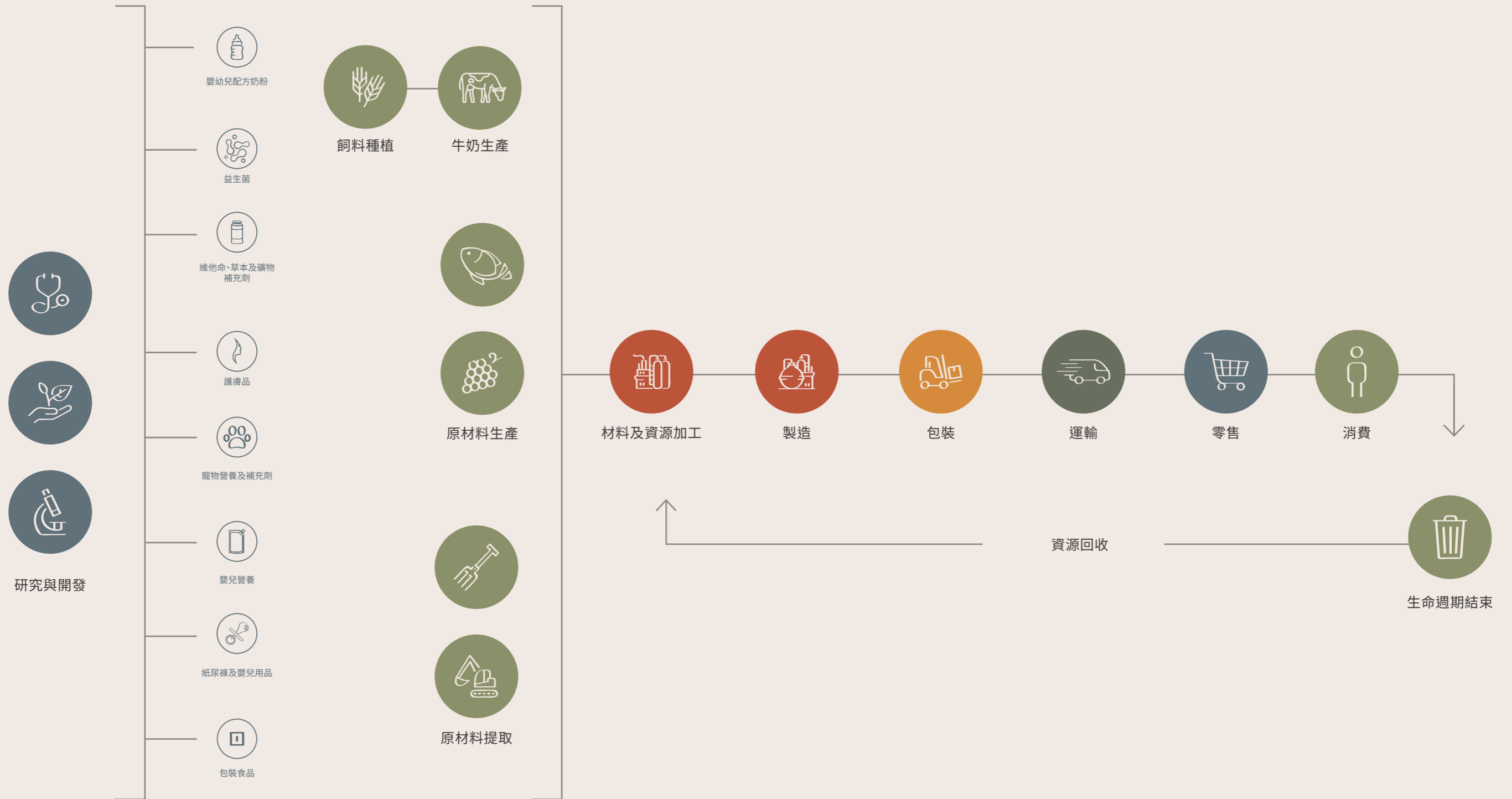
我們的價值鏈

04

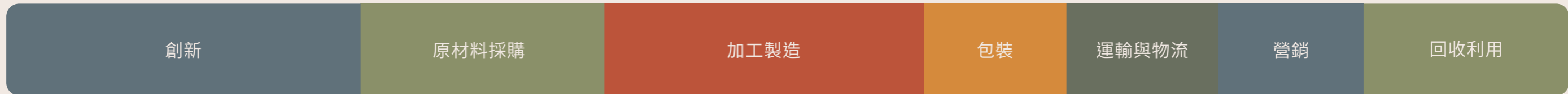


我們的價值鏈

我們的價值鏈



2022 可持續發展報告



創新

健合集團致力成為全球高端營養及健康產業的領導者，提供優質產品，成就向人嚮往的品牌。

研究及產品創新是實現這一願景的核心，因此我們專注為客戶提供優質的產品，支持消費者實現健康。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。

可持續發展貫穿我們的創新策略。我們的產品、包裝、質量及創新對我們的可持續發展材料主題作出主要貢獻，包括：

- 戰略與願景
- 產品安全與質量
- 產品組合的營養價值
- 可持續包裝
- 消費者健康創新
- 動物福利。



健合集團的研發戰略和路線圖

於二零二二年，我們的三年研發計劃取得重大進展，將科學、技術和發展三者結合起來，促進短中長期的渠道開發創新。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，亦加強本集團的研發領導團隊和創新戰略。

我們重新審視希望為消費者帶來的利益，針對消費者從受孕前到健康樂齡的整個生命週期，對我

們的業務類別中對應的產品進行調整。我們也界定各品類中創新的三個主要推動因素為：消費者體驗；定制化；及自然性和可持續性。經更新創新戰略為我們的業務（尤其是我們的研發團隊和合作夥伴）提供清晰的新項目、新產品和可持續業務增長框架。

二零二一年里程碑

建立健合研發領導團隊和全球健合研究社區。

重新調整質量組織，加強標準，並實施電子質量管理系統（eQMS）。

評估核心研發資產並轉化為創新。

為嬰幼兒營養及護理用品（BNC）、成人營養及護理用品（ANC）共同制定創新戰略和三年管線，並啟動寵物營養及護理用品（PNC）。

重置和人體研究方案商品化。

整合可持續發展原則，推動「5Rs」包裝和植物基機會。

二零二二年里程碑

- 鞏固管線，並為健合主要的創新領域建立框架。
- 落實成人營養及護理用品 (ANC) 臨床試驗，並啟動新的成人營養及護理用品 (ANC) 以及嬰幼兒營養及護理用品 (BNC) 人體研究。
- 實施eQMS，更新質量標準，並制定清潔標籤標籤。
- 制定研發人員戰略，注重發展、留任和繼任。
- 制定創新產品組合分析，並設定通過創新實現增長的目標。
- 制定「成本輸出、可持續性輸入」方案。

二零二三年目標

- 制定「嬰幼兒配方奶粉的未來」計劃。
- 制定「生物製劑」計劃及管線。
- 就美容、心理健康和健康老齡開發產品。
- 開發寵物營養及護理用品 (PNC) 資產、創新平台及管線。
- 從人體研究中得出具影響力的結果。
- 提供可持續包裝，進一步兌現ESG承諾。
- 開發和部署質量路線圖。
- 部署研發數字化路線圖。

我們的創新框架

我們的創新框架支持我們以優質產品和令人嚮往的營養和健康品牌為基礎，實現使人們和寵物更健康快樂的願景。

其確定我們如何：

- 在類別中利用科學
- 協同我們各地區的產品開發
- 通過外部夥伴關係提升能力和機會。

該框架包含我們下文所列的三個主要業務單元及其優先領域。

BNC	ANC	PNC
高端營養	高端和定制化複合維生素	高端和定制化營養
消化系統和微生物群健康	消化系統和微生物群健康	消化系統健康
免疫和保護	免疫	免疫
認知發展	心理健康	「人性化」的寵物營養裨益
	內在美	健康樂齡
	身體機能和精力	
	新陳代謝和心血管健康	

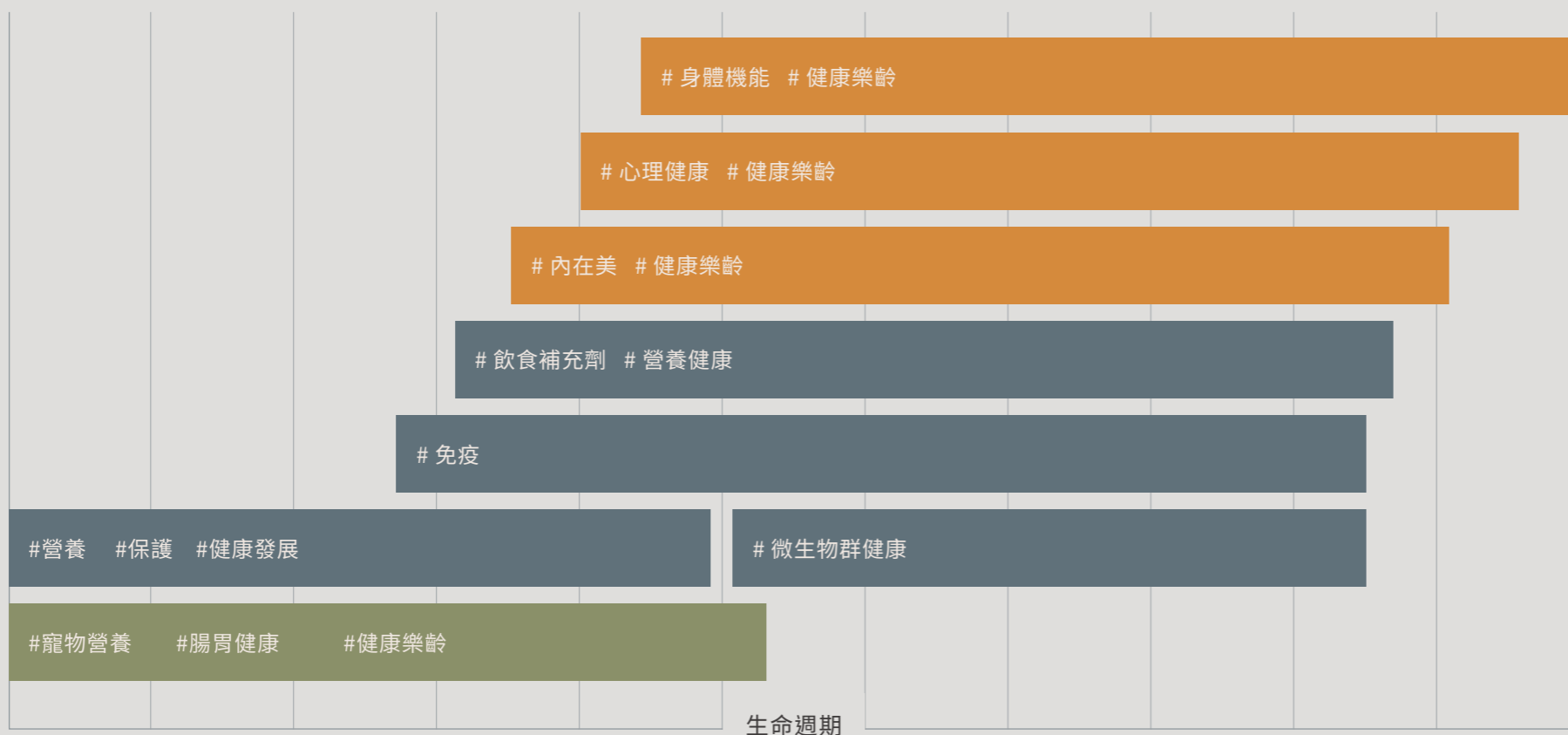
我們的創新框架中納入可持續發展。通過三個創新驅動因素（消費者體驗；定制化；及自然性和可持續性），我們應對產品開發主題，包括可持續包裝、清潔標籤、採購植物基成分、新樣式及定制產品。

守護家庭一生健康

健康與快樂

營養、運動、正念

營養 > 保護 > 發展 > 自我表達 > 履行 > 感知 > 長壽



可持續性推動效率和創新：引入「成本輸出、可持續性輸入」計劃

我們已啟動全新的轉型計劃「成本輸出、可持續性輸入」(COSI)，旨在將成本效益與減少我們的產品和活動對環境的影響等可持續性收益結合。

我們通過重新調整配方、產品和包裝設計，以減少原材料使用和浪費，並提高所用材料的可回收性，從而對成本和可持續發展帶來積極影響，連結我們向清潔標籤目標進展。

通過優化配方，去除添加成分，以更有效和來自可持續來源的成分取代活性成分，並盡可能減少輔料、添加劑和塗料，我們已開始實施 COSI 計劃。

遵循5Rs可持續包裝原則(有關5Rs可持續包裝原則的更多詳情，請參閱「包裝」一節)，我們的COSI思維涵蓋減少非必要的包裝元素，減輕包裝重量，減少瓶口空間和尺寸，整體上有助降低成本和降低環境影響。尺寸更小的藥瓶和重量更輕的產品有額外優勢，即減少運輸及供應成本以及碳排放。

通過COSI計劃，我們可製作更易吞嚥的小藥片、更方便攜帶的藥瓶、更天然的產品和可回收包裝提高產品的消費者價值。

藉此，我們對生產力和可持續發展付出努力，從而推動創新，並為消費者、企業及地球締造三方共贏的解決方案。

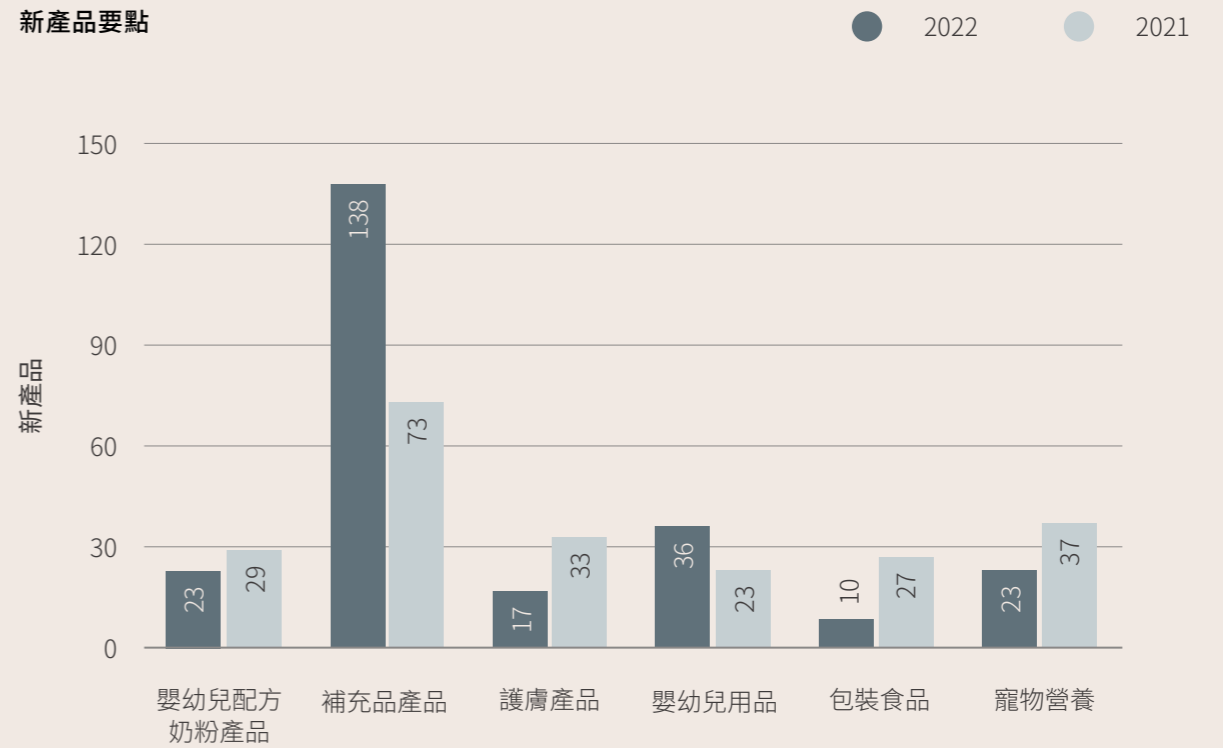
個案研究：我們的「三方共贏」創新原則

健合集團創新指南，在內部稱為「10項黃金法則」，促進集團內形成更強大的可持續產品組合。10項黃金法則，惠及消費者、企業及地球三方，為「三方共贏」。

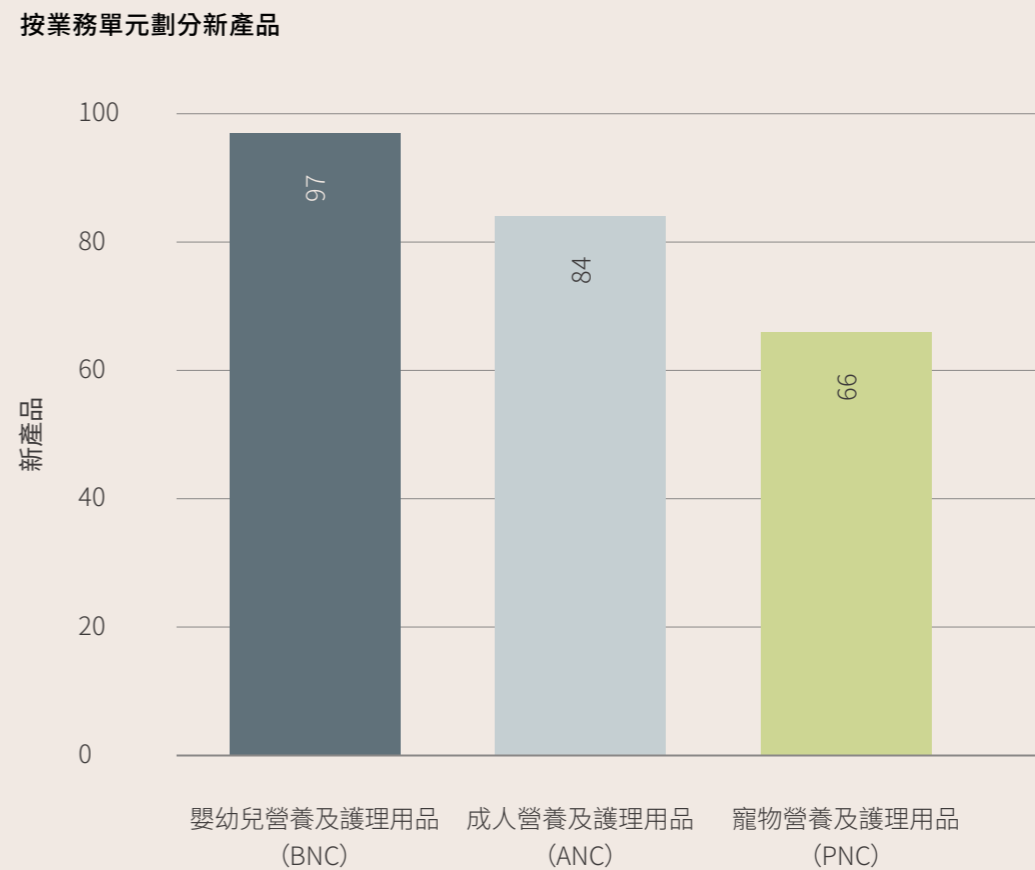
對消費者的好處	對企業的好處	對地球的好處
通過順應消費者為主導的趨勢並對健康及地球作出積極貢獻進行互動。		評估原材料(成分)的可追溯性和對治理、人權和環境影響的敏感度。
通過科學證明、專家認可及責任營銷確保有意義的健康裨益。		制定清潔標籤標準並進行簡化，以確保通過使用天然成分和添加劑使配方更清潔。
促進配方的優越性和差異化，堅持集團宗旨及「高端優質、科學驗證、令人嚮往、追求卓越、參與互動」(PPAE)理念，同時確保可及性。	以較高利潤率作為驅動力及通過可持續增長為企業創造價值作出貢獻。	確保使用可持續包裝及遵守5Rs包裝框架，讓消費者參與循環經濟。
於產品組合開發方面制定具有包容性及以消費者為中心的方針，盡量迎合社會需求。	盡可能推動全球規模協同效應及跨區域、跨品類效率。	通過優化供應鏈並盡可能優先考慮地區採購，減少碳足跡。

集團於二零二二年推出247款新產品 (同比二零二一年的222款)

新產品要點



按業務單元劃分新產品



Biostime合生元 維生素D + 益生菌滴劑

於二零二二年，Biostime合生元品牌聯手純天然益生菌方案公司AB-Biotics推出Biostime合生元維生素D+益生菌滴劑，專門針對嬰兒消化、腸胃不適、免疫力、牙齒及骨骼健康。該產品包含Bifidobacterium longum CECT 7894及Pediococcus pentosaceus CECT 8330，結合科研證實有助減少由腸胃不適引起的哭鬧時間。該項創新已臨床備案為嬰兒急性腹痛，並包

含新的Kolicare系益生菌。由於微生物群健康為健合研究專長中的強項之一，該項產品創新證明我們在科技方面具有優勢，以及我們與行業翹楚合作為客戶開發具有依據的有效補充品方面卓有成效。



Activator™、Swisse Body Activator™及Swisse Mind Activator™組成，結合健康樂齡方面的最新科研發現，全面提升皮膚、身體及精神狀態。Niagen®配方產品獲得煙醯胺核糖氯酸鹽方面的專利，煙醯胺核糖氯酸鹽是承擔轉化NAD+（煙醯胺腺嘌呤二核苷酸）作用的重要分子，對細胞能量代謝不可或缺。煙醯胺核糖是煙醯胺的生物活性來源，支持能量產出與活力。Swisse NR+是行業顛覆者，將細胞能量作為基本的新概念，並將煙醯胺核糖及NAD+定位為下一代創新，反映我們對開發高端、專業及有效健康解決方案的決心。

Swisse斯維詩推出Swisse NR+系列 以支持整體健康樂齡

於二零二二年，我們推出Swisse NR+產品系列，其中的創新Nutracell Formula™結合煙醯胺核糖（Niagen®）及抗氧化劑，幫助消費者健康樂齡。該系列由Swisse Beauty



Zesty Paws快樂一爪的全新系列 獸醫配方寵物補充品

該全新系列的補充品承襲該品牌的Aller-Immune、Mobility、Pre, Pro and Postbiotic Bites配方，並以高濃縮成分加以強化增強。憑藉經臨床研究的品牌成分及備受信任獸醫的付出，Vet Strength產品線堅持使用高端配方及寵物主人所期望Zesty Paws快樂一爪提供的經科學驗證成分。該全新的高端系列補充品包括在產品獨具特色的活性物質，如Zesty Paws快樂一爪 Vet Strength Aller-Immune

Bites中的Spirulina、Epicor®及維他命C、Zesty Paws快樂一爪 Vet Strength Mobility Bites中的OptiMSM®、BiovaPlex®及Serrazimes，以及Zesty Paws快樂一爪 Vet Strength Pre, Pro and Postbiotic Bites中的VitaFiber® IMO、DE111、Gingever®及LBiome®。該三款新配方是我們與眾多獸醫合作開發的成果。



Solid Gold素力高推出 全新犬用鎮靜補充劑

Solid Gold素力高的Keep Calm & Wag On Supplement Chews為首個完整的多重護理補充品線，於二零二三年初推出，其中產品均含Bioboost，一種促進犬類營養吸收的專利混合物，能為犬類整體健康提供基礎，使其茁壯成長。此類產品的配方中全面使用以其鎮靜效果而為人所知的成分，如南非醉茄、纈草根、洋甘菊、L-茶氨酸、L-色氨酸及褪黑素，並採用Bioboost，所製成的咀嚼品口感好、功效強，可幫助犬類放鬆、鎮靜及睡眠，從而適應外部壓力，同時還備有煙肉口味。

研發

於二零二二年，在二零二一年成立的研發領導團隊基礎上，我們進一步打造整合型研發組織。該團隊由來自於其他營養與消費者健康行業的科學、創新及質量領域資深領軍人物組成。

該領導團隊現有17名成員，他們來自9個國家，53%為女性，47%為男性，涵蓋集團研發的全部關鍵職責，包括研究及創新、轉化科學、產品開發與包裝設計、質量與法規及外部創新與合作。

我們對研發組織進行架構調整，以最大限度地加強各職能部門、品類與地區之間的合作，並建立全新的、靠近集團所有關鍵市場的全球研發團隊。

於二零二二年，我們加強質量領導力建設及專業化建設，於亞洲的消費者健康及北美的寵物營養領域引入兩位經驗豐富的領導者。加上我們在中國內地、澳洲及歐洲的內部質量專業力量，我

們現已處於一個強有力的位置，可在各地區進一步推進嬰幼兒營養及護理用品 (BNC)、成人營養及護理用品 (ANC) 以及寵物營養及護理用品 (PNC) 的品類開發。

集團兩所姊妹研究與创新中心仍以中國內地及愛爾蘭／歐盟為基地。我們已進一步強化了澳洲及瑞士的轉化科學團隊以及我們在中國內地、澳洲、歐洲及美國的區域創新及產品開發中心的建設。



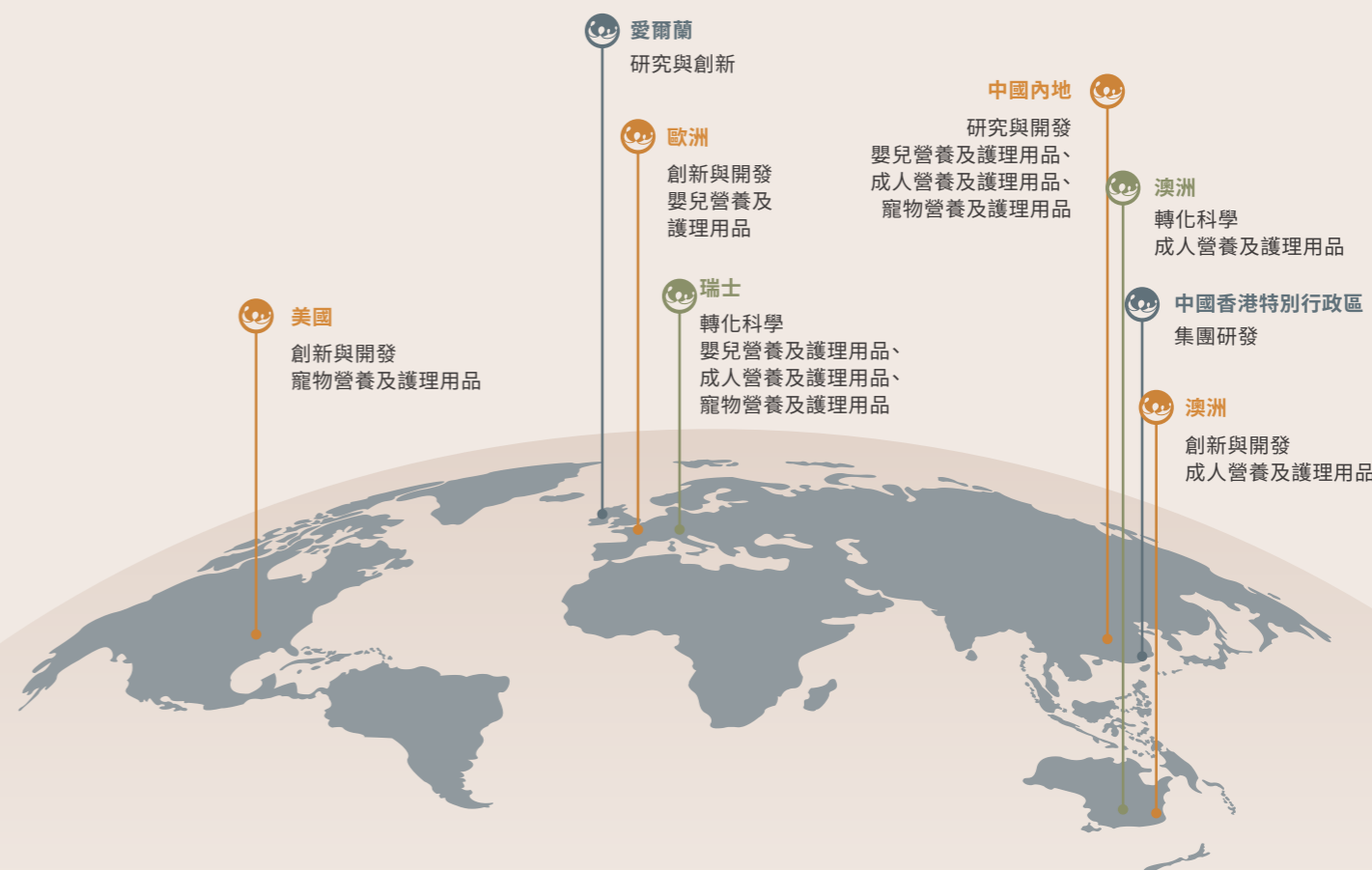
健合研究中心是我們的全球研發機構，代表本集團所有的科學家、技術人員、質量、監管和創新專業人士。其為集團內部的創新提供動力，並為品牌組合的創新產品系列賦能。

其推動研究和創新、新產品和技術的發展，在確保符合法規要求和保證質量的基礎上，將產品成分背後的科學、其感官特征和健康效果轉化為新配方、新劑型和新包裝，使集團能夠持續向人類和寵物消費者提供覆蓋全生命週期的、全新的、令人興奮的高端科學產品。



建立全球研發足跡

我們於中國內地和愛爾蘭設有研究及创新中心，於澳洲及瑞士設有轉化科學團隊，並於中國內地、澳洲、法國以及美國設有區域產品開發中心。



通過這些團隊和強化的創新戰略，我們已大幅擴展新產品開發 (NPD) 和創新產品系列的管線，以擴大我們對更多消費者的影響，推動產品差異化和加強消費者體驗，加強我們的自然性和可持續性認證，並使我們能夠實現短期、中期和長期業務增長。

研發人員策略及人才發展

於二零二二年，我們著手制定全新研發人員策略，旨在擴大及發展我們的人才與團隊，加深國際團隊之間的聯繫。

我們已就全部研發團隊繪製人才地圖，為個人及集體發展計劃及繼任規劃奠定基礎。我們的研發人員策略加強了獨特的健合文化及價值觀，為我們的集體成功奠定基礎，促進集團內及全球研究分支的歸屬感。

憑藉我們多元化、多學科、多國籍及多文化組織，我們獲得大量跨部門合作、學習及培訓機會。我們在整個研發團隊內部發起一個指導項目，將超過50名學員／導師進行配對，於我們的全球組織之間營造強大的學習平台，建立大量極具價值的新聯繫。

該等舉措將推動我們的整體研發組織在人才挽留、發展及未來規劃方面臻於至善。

健合集團科學諮詢委員會首次亮相

於二零二二年，我們的健合集團科學諮詢委員會 (H&H SAC) 首次亮相，旗下囊括世界各地的頂尖健康及營養行業學者及專家。

健合集團科學諮詢委員會 (H&H SAC) 為世界上唯一專注於全家庭成員健康及營養的專業諮詢委員會，一直朝著向全球政府進一步推廣健康行業的方向邁進。該委員會由領先學者及行業專家組成，其中部分來自世界最知名的機構，如世界衛生組織 (WHO)、聯合國教科文組織 (UNESCO)、哥倫比亞大學、北京大學及南安普頓大學。

集團召集該等專家就學術題目提出建議、開發科學相關推廣視頻以及代表集團參加國際會議。

健合研究：為人體研究開發新模式

健合投資於科技，重點關注高端及預防性營養、微生物群健康、免疫、身心健康、美容以及健康樂齡。我們致力打造有研究支持的最上乘產品。

於二零二二年，我們的人體研究側重於發掘真實世界證據研究，以進行客觀及主觀評估、消費者可用性、體驗以及創新宣稱。

監管機構的預期及要求使我們有必要投資於臨床研究，以加強品牌宣稱，以及於我們的關鍵利益領域提供經驗證的高端營養品。

真實世界研究採用以消費者為導向的方法，其證據是開發新宣稱的關鍵，亦是為消費者打造具意義、差異化及富有吸引力的產品故事的關鍵，這將支持我們向消費者傳達「提升健康意識」理念。

於二零二二年，於人體研究新模式方面，我們於澳洲完成關鍵遺傳臨床研究，並為真實世界數據收集以及如何利用這些數據進行產品宣稱和消費者溝通制定了一個新框架。





磷蝦油臨床試驗

健合研究贊助一項突破性臨床試驗，研究磷蝦油對輕度至中度膝骨關節炎的功效。

該研究由澳洲負責科研的政府機構聯邦科學與工業研究組織 (CSIRO) 牽頭，觀察Swisse Wellness High Strength Deep Sea Krill Oil Superba BOOST對在六個月內緩解成人輕度至中度膝骨關節炎疼痛的效果。該項試驗以隨機、雙盲、安慰劑對照的方式進行，得出的研究結果是與安慰劑補充劑相比，該補充劑可大幅緩解疼痛和改善膝蓋僵硬及活動性。

完整研究結果已於二零二二年七月在《美國臨床營養學》雜誌發表。同年九月，該項研究獲得亞洲營養配料獎的年度營養研究項目獎，該獎項乃為表彰「打破營養科學邊界的最具突破性營養研究項目」而設。

我們的Swisse Wellness High Strength Deep Sea Krill Oil Superba BOOST亦為營養質量的重要例證：相比標準魚油，其富含omega-3、磷脂含量更高、生物利用率更優（包括抗炎營養物）。



記憶力及專注力臨床試驗

此為一項由健合研究與澳洲斯威本科技大學資助的臨床試驗，其提出一項新證據，證明一種包含維他命B及選定植物性成分的多營養配方可顯著改善專注力及注意力時間。

該次為期12周的研究調查含維他命B、假馬齒莧及銀杏的多營養配方對遵循「最佳」及「次佳」飲食的中年人的記憶力、注意力、情緒及營養狀態生化指標的效果。多營養配方已用於Swisse 斯維詩 Ultiboost Memory + Focus補充劑。

於二零二二年十二月發表於《營養學》雜誌的研究結果顯示，遵循「最佳」飲食的人士獲得改善遠高於遵循「次佳」飲食的人士，進一步證明了營養與大腦功能之間的關聯。遵循充足飲食的人士中，研究人員發現一種趨勢，即多種營養素有助於紓緩焦慮水平和精神疲勞。



蔓越莓臨床試驗

健合研究與重要成分供應商Naturex攜手啟動臨床試驗，以研究Swisse 斯維詩 High Strength Cranberry (Pacran®) 對復發性泌尿道感染女性的功效及安全性。

該項研究以隨機、雙盲、安慰劑對照的方式進行，研究結果顯示，服用蔓越莓補充劑的試驗參與者與使用安慰劑的參與者相比，泌尿道感染的發病率大幅降低52%，具有臨床意義。該項研究亦報告培養陽性泌尿道感染發病率為17%，相較於安慰劑組的發病率35%出現絕對下降。

該等重要研究發現為我們以下產品包裝宣稱提供了支持：Pacran已通過臨床測試，是一款以蔓越莓整果為原料、加工為獨特的粉末形態、能支持泌尿道健康的理想功效產品。



為我們創新產品系列賦能的研究項目

我們的研究與創新和科學團隊繼續致力進行一些突破性研究，為我們各地區和產品品類的創新產品系列賦能，包括：

- 建立先進的臨床前模型，有助識別成分和成分組合，以開發下一代針對提高免疫、消化、活動能力和美容的產品
- 進行基因測序，剖析腸道微生物群和皮膚微生物群的組成
- 探索不同的生物製劑 (pre-, pro-, syn-及 postbiotics，即益生元、益生菌、共生元及後生元) 概念，以改善消費者的腸道健康功能、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
- 進行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化

- 開展真實世界研究，評估產品對痤瘡、精力、疲勞及生活質量結果質量的主觀優點
- 開展臨床研究，以支持產品註冊及推出我們創新的大米牛奶嬰幼兒配方奶粉而設計
- 開發可持續包裝概念，以減少原生塑膠使用，提高可回收性，並設計全新的可再生包裝方案。

我們加強研究項目和夥伴關係，以減少我們的產品成分、工藝和最終產品對環境的影響。例如，我們對以植物和藻類為基礎的成分和發酵衍生的成分進行評估，以替代化學合成成分或動物衍生成分。這些合作機會引領我們的植物基以及可持續發展戰略及創新項目，並推動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

為了讓更多的科學界人士參與，健合研究代表參加多個在兒科營養及嬰兒健康、微生物群和孕產婦健康、益生菌及其如何影響免疫健康方面的高規格國際會議。

於二零二二年，我們的團隊成員出席及參與新加坡Growth Asia Summit、曼谷VitaFoods Asia、愛爾蘭科克市的第七屆International Conference on Food Digestion (IFCD)，以及法國波爾多市的French Paediatric Hepatology, Gastroenterology and Nutrition Group's Congress。

健合研究亦出席於哥本哈根舉行的European Society for Paediatric Gastroenterology, Hepatology and Nutrition (ESPGHAN) 第54屆週年大會。ESPGHAN邀請了該領域約3,000名科學代表及行業領袖，使之成為全球同類會議中最大的會議。於會上，健合研究介紹我們基於對兒童成長及發展的研究得出的關於嬰兒及母嬰營養的最新發現。

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
- 蒙納士兒童醫院 (Monash Childrens Hospital)，澳洲
- 斯威本科技大學，澳洲
- 內克爾醫院 (Necker Hospital)，法國
- 愛爾蘭農業與食品發展部，愛爾蘭
- 科克大學，愛爾蘭
- APC微生物組研究所，愛爾蘭
- 隱生菌，比利時
- 國家研究委員會食品科學研究所，意大利
- 愛爾蘭國立大學，愛爾蘭

創新統計數據

23.5 | 百萬美元於二零二二年用於研發 (同比二零二一年增加5%)

29 | 個科研項目

21 | 項專利申請

9 | 篇由團隊共同發表的經同業評審的文章

質量管理

我們對所有品牌保持強有力的質量和安全方針，並積極管理所有產品的潛在健康和​​安全影響。

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，描述了我們於產品類別中的質量組織及承諾，涵蓋供應商所需資格、主要供應商規格及製成品供應商規格等關鍵主題。

我們的產品須接受品類和品牌特定的監管合規性檢查，以及產品質量檢查和審查，以便持續改進。

我們在產品推出市面前的研發階段、在整個產品生命週期以及在回應消費者查詢及/或監管機構的反饋時，完成審查。

我們的質量手冊包括投訴流程的標準，當中包括在適當的情況下實施糾正及預防措施 (CAPASs)。我們已將該等指引作為永久固定內容納入我們的質量框架，並注重持續改進。

Zesty Paws快樂一爪產品獲得NASC產品印章

Zesty Paws快樂一爪為國家動物補充劑委員會 (NASC) 成員，該委員會的使命是通過寵物主人餵飼動物健康補充劑，改善寵物及馬匹的健康及福祉，以及保護及發展動物健康補充劑行業。NASC的工作核心在於其質量計劃，旨在幫助NASC成員達致高水準的採購、製造及安全。公司必須致力採取多項重要質量及安全控制措施，方可獲得NASC 質量印章的認證。

NASC已與我們面談，以確保我們了解會員資格要求及我們須秉持的質量標準。我們亦已通過嚴格的獨立審查，並取得於產品上印上質量印章的許可，向消費者展現我們對業內最高質量標準的承諾。



中國內地工廠通過食品安全及質量標準認證

我們在中國內地的兩間工廠均通過多項公認的食品安全及質量標準認證，包括HACCP及ISO 9001。此外，我們的廣州工廠通過ISO 22000食品安全管理體系認證，長沙工廠通過乳製品行業良好生產規範 (GMP) 認證。



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，以及投訴進行100%的評估，有助持續改進產品質量。

我們設有一套關於產品質量投訴管理的標準操作程序 (SOPs)。主要步驟包括：

- 接獲投訴，並向投訴來源的外部聯絡人發出請求，盡量提供可用信息
- 根據批次記錄、流程控制和保留樣本，與合約製造商進行初步調查，擬備初步調查報告
- 檢查潛在相關警戒個案
- 隨後與合約製造商進行深入調查，擬備詳細調查報告
- 向投訴人提供詳盡的回覆或答覆
- 如有必要，進行撤銷或召回，並遵循事件管理標準操作程序。

我們每季和每年年末都會進行一次投訴狀況報告，包括對投訴量佔銷售額百分比的分析，使我們理解投訴趨勢，能夠比較不同時期，並支持確立改進行動和審計計劃。

我們已開展有關此流程的電子培訓。於二零二一年，我們在法國進行一次模擬危機演習，並於二零二二年擴展至其他歐盟國家。

於二零二二年，我們在全球質量週研討會上進行危機演習及回顧，並對外部危機個案進行深入研究及分析。

監管情報作為整體支持

健合集團全球質量手冊和標準操作程序 (SOPs) 概述我們通過監管情報保持最新的優先次序。我們不斷地從官方和有效的來源 (如政府網站、外聘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收集信息。

我們亦定期在全球團隊中分享各種市場的最新監管情報，以預測監管機構在一個市場的行動可能對另一個市場的影響，確保團隊對可能影響其跨境項目的新信息及／或事宜有充分的瞭解。

質量保證、召回和撤回

視乎產品分類為嬰幼兒配方奶粉、嬰兒食品、食品、治療用品、化妝品、寵物食品或健合組合中的其他品類，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資料，請參閱附錄6。

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、客戶及品牌。

於二零二二年，我們在澳洲及新西蘭各有一次產品召回，共兩次產品召回，均無對任何消費者造成損害。

1. 在新西蘭召回Swisse 斯維詩 Ultiboost B+ 能量軟糖

由於Swisse斯維詩Ultiboost B+能量軟糖超出維生素B12的每日最高劑量，違反一九八一年藥品法及一九八五年食品補充劑規例，因此，我們在新西蘭召開在零售店鋪售賣的產品。有一批受影響產品於新西蘭市場出售，佔市場召回九批產品中的一批產品 (11.11%)。受影響批次的2,987件產品中，2,780件已進行質量檢驗，而已分銷的654件產品中，447件已被回收，佔已回收已分銷產品的68.3%。

2. 在澳洲召回Swisse 斯維詩 Beauty Collagen Glow軟糖

由於可能存在青霉菌感染，我們在澳洲向消費者召回Swisse 斯維詩 Beauty Collagen Glow軟糖。疑屬感染菌類對普通人口的風險較低，免疫功能低下的人士因食用該菌類產生不良反應的風險亦較低。25個產品中的一批產品 (4%) 已自市場召回。受影響批次的6,480件產品均於澳洲市場銷售。召回事件根據二零二二年六月治療用品統一召回程序2.3版，與治療用品管理局 (TGA) 聯合進行。

3,923,809
次產品查詢

1.26%
為產品投訴 (49,547宗)

100%
回應率

>99%
解決率

質量管理活動方面總支出



同比二零二一年，二零二二年
質量和監管活動支出增加

*上述開支包括本集團在品質控制和合規方面的總投資，但不包括人員（即團隊成員報酬）成本。

質量和可持續發展的關聯

在健合集團，質量和可持續發展息息相關，從原材料採購和供應商關係以至產品開發和包裝創新，均為最佳例證。集團上下的質量、研發及可持續發展團隊致力推動創新、增長和可持續發展，確保我們能為消費者乃至全世界提供優質安全的產品。

於二零二二年，我們更新質量方針，將可持續發展、質量管理及良好管治納入其中：



健合集團質量方針

保證質量是健合每一個成員的責任。

我們對質量的承諾來自於集團核心價值觀，並深深植根於全球企業文化中。我們充滿激情、富有遠見、追求卓越，致力於成為令人尊敬並受敬仰的團隊。

我們通過在營運的各個方面實現可持續發展來追求質量，優先考慮長期增長，使我們的利益相關者、社會和地球受益。從可持續採購原材料，到重新思考包裝解決方案和減少我們的碳足跡，質量和可持續性始終相互交織在一起。

我們勇於創新，致力於開發新產品，同時保證產品符合所有市場中的相關法規及標準要求。

我們懷著共同的目標，與專業人士緊密合作，一同開發安全、品質穩定和經科學驗證的產品，致力於為消費者帶來物有所值的消費體驗。同時，保證產品符合消費者的期望並保持產品一貫的超高品質。

我們在全球各地甄選原料，保證給顧客提供最好的產品。我們採用世界一流的生產技術和嚴苛的品質控制和質量管理。

我們精心挑選供應商，確保價值鏈中的每一位合作夥伴都能符合我們的戰略、企業公民以及關於人和可持續性的共享價值觀。

最終，我們致力於提高質量，同時參與可持續採購實踐和保護環境，激發健康，秉承讓人們更健康更快樂的使命。

我們通過卓越的成就，致力於透明和負責任的溝通，成為每位家庭成員聲明中可靠的夥伴，一同關愛身體，關注健康，慶祝生活每一天。

清潔標籤

健合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：登記冊產品品類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屬法律並無禁止的成分，但有爭議的安全問題引或對消費者的看法有負面影響，我們希望在配方中避免這一情況。

清潔名單登記冊通過我們的質量、監管、營銷及研發／產品開發團隊共同創建。我們將根據監管情報活動定期更新名單。於二零二三年，我們將繼續針對不同產品類別和地區完善清潔標籤登記冊。

舉例而言，我們以下列方式實際應用清潔標籤登記冊：我們的歐盟和意大利團隊成員預期二氧化鈦禁令（於二零二二年第三季度實施），並以透明塗層取代現有含二氧化鈦的薄膜塗層，摒棄禁令輔料。在意大利市場售賣的所有Swisse斯維詩生產的藥片目前均使用新透明（「清潔」）塗層。

在澳洲及新西蘭地區，我們已於若干Swisse斯維詩產品（包括Collagen Glow、Collagen Balance、Collagen Renew及Collagen Sleep）中使用天然甜味劑代替三氯蔗糖。這一轉變意味著我們在包裝上註明該等產品不含人造甜味劑。



質量數字化

我們於二零二一年底開始與供應商Veeva實施全球電子質量管理系統（eQMS）數據庫。此覆蓋全集團的系統能確保我們的質量管理方法的一致性和及時性，支持整個供應鏈的實時協作、可見性、敏捷性和合規性。推廣工作於二零二二年持續進行，並將於二零二三年完成。這將使我們的團隊能夠更有效地與所有品牌和地區合作，以加快產品上市速度，促進業務的增長和發展。

健合全球質量週

二零二二年，我們各個地區團隊共同慶祝健合集團全球質量週，以「質量意識：做正確的事」為主題。我們連續第二年將往年的世界質量日活動延長至一週。這一舉措旨在通過培訓課程、遊戲和問答等互動形式，讓所有健合團隊成員參與，以增強對健合質量和可持續發展方針的瞭解。

質量週的項目包括：

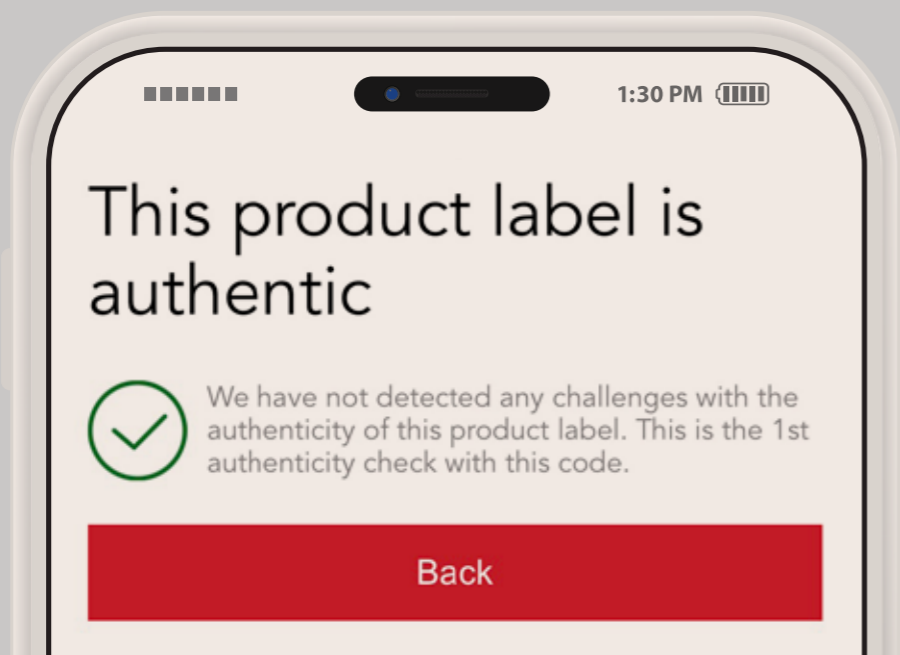
- 行政總裁和健合執行委員會成員（例如負責研發和質量管理的首席科技官）發表視頻講話
- 關於健合質量流程及強大質量管理系統（QMS）的互動視頻和演示，包括其主要文件及其數字化 eQMS
- 分享我們的合作製造商關於「質量意識：做正確的事」的最佳實踐及範例
- 分析二零二二年行業危機（與健合集團無關）以及健合集團過往的召回和危機演習，分享學習使人進步（LGI）機會
- 介紹集團全體遵守的監管機構組織和授權，包括我們與各地區監管機構的互動
- 健合集團內部投訴管理流程示例的演示
- 關於漂綠及其對各個行業的影響的演講。



保護我們的優質產品免受假冒

冒牌產品對消費者的健康和 safety 構成重大威脅，亦提高風險水平。我們的大部分 Swisse 斯維詩產品均引入安全掃描技術，消費者可以使用應用程式掃描

並驗證我們的維生素產品。此舉有助於保護消費者，並保證有關 Swisse 斯維詩產品為正貨，並符合我們的高質量標準製造的。



營銷和標籤合規

以下為二零二二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

Dodie 杜迪收到法國當局關於該品牌的太陽鏡和按摩油的兩封警告信。

於二零二二年二月，當局認為按摩油包裝具有誤導性，原因為標籤上強調的成分數量很少。有關標籤已在後續生產時進行修改。

於二零二二年十二月，當局就 Dodie 杜迪太陽鏡作出警告，包括該產品的歐盟聲明、文件及標籤。我們已開始與當局展開討論，以就糾正措施達成共識。

美國

基於國家動物補充劑委員會 (NASC) 在二零二二年底對 Zesty Paws 快樂一爪品牌進行審核的結果，我們進行多項改進，包括：

- 產品標籤中的「複合維生素」更新為「多功能」，原因為「複合維生素」一詞被視為飼料術語
- 更新該品牌的亞馬遜網頁，從產品標題和產品圖片下的描述中刪除藥物和疾病聲明
- 更新該品牌的亞馬遜網頁，包括將網頁選項一欄從「餵養說明」更改為「使用說明」，這是動物保健產品劑量的適用術語。

中國內地

重新標記最初標明粗纖維含量為 10% 的 Solid Gold 素力高產品，原因為中國內地的監管限制為 9%，這意味著袋子須更換標籤，並調整為正確的粗纖維百分比。



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。

原材料採購政策

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。政策概述我們供應鏈中為產品採購的不同類型原材料的已知可持續發展熱點 (即在產品生命週期中被認定為對環境或社會有重大影響的活動)。我們行業的部分已知可持續發展熱點主要包括與生產過程中使用的化學品相關的健康和安全、生物多樣性風險及侵犯人權風險。



原材料採購

原材料環境和社會風險評估

於二零二一年初，我們為位於澳洲的全球採購團隊採購*的Swisse斯維詩產品原材料制定了系統的環境和社會風險評估流程，以解決和減輕我們現有成分及在新產品開發中使用的任何新材料的環境、社會及動物福利相關風險。我們將原材料風險分為高、中或低環境和社會風險，並適時實施緩解計劃。

作為環境和社會原材料風險評估流程的一部分，我們創建了一份清單，其中包括與原材料的來源、加工及包裝相關的問題。我們亦要求我們的合約製造商和原材料供應商就其為我們採購的每種原材料提供證明文件。證明文件／認證的目的是證明我們的合約製造商和原材料供應商瞭解與其材料相關的環境、社會及／或動物福利風險，並正在妥善解決有關風險。

* 約佔Swisse斯維詩產量的90%。

就原材料環境和社會風險評估收集的部分文件示例

- 環境熱點：ISO 14001、Ecovadis評級及內部可持續發展報告
- 社會熱點：行為準則、ISO 14001、澳洲輔助藥物協會 (CMA)、現代奴隸制調查問卷
- 動物福利熱點：動物福利聲明、海洋管理委員會 (MSC)、海洋之友 (FoS)；海洋原料機構 (IFFO)

於二零二二年底，我們評估了前100種原材料及位於澳洲的全球團隊採購的Swisse斯維詩產品80%的原材料 (按支出及數量計) 的環境和社會風險。所有該等材料均已獲得批准，並被視為「符合原材料採購政策」(RMSP)。

我們亦將系統的原材料風險評估作為我們新產品開發「關口」流程的一部分，以確保添加到產品中的任何新原材料均經過適當的風險評估，並符合我們的原材料採購政策。

原材料風險評估流程使我們能夠更好地控制和瞭解我們的供應鏈。我們創建了一個廣泛的原材料數據庫，其表明我們的主要原材料以可持續及負責任的方式採購。

展望未來，我們將繼續進行評估，旨在於二零二三年完成對達90%的Swisse斯維詩原材料的評估。

於二零二二年底：

前100種Swisse斯維詩原材料*

80%的Swisse斯維詩原材料 (按支出及數量計)

已作為我們環境和社會原材料風險評估的一部分。

*由我們位於澳洲的全球團隊採購

主要成分類別

我們已確定以下成分類型為我們品牌最為關鍵的一部分：乳製品；魚、鮭魚和磷蝦油；油和乳脂；以及植物藥。請參閱我們對支持可持續發展實踐的個案

乳製品

- 所有我們直接採購的乳製品供應商都至少遵循ISO 14001環境管理體系，並設有環境目標和關鍵績效指標。
- 健合集團每年繼續投資475,000美元（450,000歐元），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，確保可持續供應。
- 我們的主要乳製品合作夥伴Isigny Sainte-Mère獲得了Ecovadis的銀級評級，該評級涵蓋廣泛的非財務管理系統，包括環境、勞工和人權、道德和可持續採購影響。

油和乳脂解決方案

- 脂肪酸含量對於我們的嬰幼兒配方奶粉至關重要，其確保提供適合嬰兒的營養成分。我們目前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%從棕櫚油改為獲可持續棕櫚油圓桌會議（RSPO）質量平衡認證的可持續棕櫚油。

鮭魚和磷蝦油

- 我們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。
- 我們的Swisse斯維詩產品中所含的磷蝦和魚油100%通過了海洋管理委員會（MSC）可持續採購認證。
- 我們還特別關注最近加盟的寵物營養及護理用品中使用的鮭魚油的採購（主要用於我們的Zesty Paws快樂一爪產品）大部分來自具有MSC認證的供應商。

植物性原料

我們對10大植物成分有廣泛的瞭解：

- 我們了解其來源和加工地點
- 我們與供應商已建立長期的合作關係
- 其符合我們的原材料採購政策。

可持續採購磷蝦油

我們產品中使用的磷蝦油，包括Swisse斯維詩高強度深海磷蝦油（Superba BOOST），均來自Aker BioMarine，其獲可持續漁業合作夥伴組織評為「A」級，是現時的最高評級，並獲得海洋管理委員會（MSC）的可持續發展認證。

這種油分從南極磷蝦（一種生活在南大洋大群中的小型甲殼類動

物，富含長鏈omega-3脂肪酸）中提取。Aker BioMarine的磷蝦漁業是世界上最具可持續性的漁業之一，位於南極洲48區，該地區的漁業受到國際監管，只能捕獲1%的存量。近期研究表明，48區的磷蝦種群在過去20年中有所增長。

Aker BioMarine採用生態捕獲技術，幾乎可以消除漁獲副產物並保護其他海洋物種。南極磷蝦漁業已獲得可持續漁業夥伴組織的A級評級，並且是唯一連續五年獲

得該評級的減量漁業。

我們為盡量減少在地球上的足跡和保護世界生物多樣性的合作夥伴關係感到自豪。



可持續採購的蔓越莓

健合產品中使用的蔓越莓從我們的主要原材料供應商Givaudan旗下的Naturex通過其Sourcing4Good計劃負責任地採購。

20多年來，Naturex一直負責任地採購蔓越莓，獲得了深厚的專業知識並與農民建立了密切的關係，確保整個供應鏈中的農業實踐符合道德規範。

蔓越莓原產自北美，是一種多年生的低矮木本藤本植物，生長於

濕地，在六月至七月期間開花。其果實在十月至十一月期間從沼澤地中收穫，其中95%的果實是在沼澤地被淹沒，且漿果漂浮到水面後通過機械收穫，然後果實會被收集起來並用真空吸入卡車中進行分類、清潔和加工。

Naturex制定了負責任的採購指引，重點關注質量管理和可追溯性、生物多樣性和資源保護以及對有害物質的限制。

例如，整個蔓越莓系統為眾多動植物物種提供了多樣化的棲息地。每生產一英畝蔓越莓，平均有

六英畝仍未開發的「支持土地」支持藤蔓的水文需求。

最佳農業實踐還可以最大限度地降低農藥與地下水和地表水接觸的可能性，同時農民可以最大限度地減少對當地水源系統的影響，防止污染水源。

通過其Sourcing4Good計劃，Naturex亦進行第三方審核和現場評估，以確保供應商在水源管理、害蟲管理及減少廢物方面遵循最佳實踐。

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重要性議題。因此，動物福利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源

成分及／或涉及動物時作全面考慮，以支持健康和安全結果。我們的整體目標是為供應鏈中的所有動物提供更佳條件，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針有兩個方面：

動物源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採購膠原蛋白和魚油，並為我們的貓狗營養產品採購牛肉、雞肉和魚。

我們於二零二二年發佈《健合集團動物福利政策》。我們的政策旨在有效實施最高物種標準和目標，以持續改善動物福利。同時，其亦旨在保護與動物福利密切相關的環境。我們特別關注適用於農民和牧民的標準，不僅支持動物護理，亦支持一般的負責任農業。這有助於支持及促進可持續農業和生物多樣性。我們遵循世界動物衛生組織的原則，將「五項自由」及演變而來的「五項規定和福利目標」視為我們動物福利的指導原則。

產品研發和測試過程中的動物福利

在大多數情況下，健合開發和發佈的營養和健康產品不使用動物測試。然而，在某些情況可能需要進行動物測試；例如，國家或國際監管機構要求這樣做才能獲得嬰幼兒營養產品的上市前審批。

我們於二零二二年發佈動物試驗政策。我們的政策概述了我們對國際公認的實驗室動物高質量護理標準的承諾，以及我們取代、減少和改進動物試驗的原則。僅在並無合適的研究模型及/或人體研究模型時，或國家/國際監管機構要求進行評估以獲得上市前批准時，才進行動物試驗研究。此外，在可行情況下，首選非哺乳動物模型。我們亦不會在動物身上測試任何美容產品。



Isigny Sainte-Mère 合作社動物福利

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 合作社，其佔我們二零二二年奶製品開銷的84%。健合與Isigny在邁向共益企業（B Corp）的過程中緊密合作。

數十年來，Isigny Sainte-Mère 合作社一直是法國可持續農業的先驅，其農民熱衷於保護諾曼底獨特且未受污染的環境，為奶提供優質牧場。自二零零零年以來，所有Isigny Sainte-Mère 合作社農場均通過了AgriConfiance 認證，不僅確保了安全和全面可追溯性，而且在畜群飼料、農場衛生和動物福利等負責任的畜牧業實踐方面亦達到了高標準。

所有Isigny Sainte-Mère 合作社 農場都應遵守《良好養殖規範憲章》。肉類和奶製品貿易協會已制定該憲章的最新版本，其中包括新動物福利指標，該等指標將於二零二五年在法國所有農場強制執行，但所有Isigny Sainte-Mère 合作社農場已自二零二二年七月起強制執行。

這項名為BoviWell的新評估由科學和技術專家共同完成，並圍繞國際公認的動物福利五大自由進行闡述：

- 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
- 表達正常和自然行為的自由
- 免於恐懼和受苦的自由。

二零二二年，Isigny Sainte-Mère 合作社乳業顧問接受了法國農業協會的培訓，超過三分之一的農場已經完成了BoviWell評估。憑藉該項評估，彼等可以展示良好做法，並確定每個農場需改進的領域。該合作社通過提供建議和專門培訓幫助農民制定量身的行動計劃。例如，Isigny開展了牛去角培訓，這對改善動物福利至關重要。任何不符合Boviwell評估的牛奶生產商都將被排除在牛奶收集目標之外。

Aurelia London— 「跳躍的兔子 (Leaping Bunny)」認證

所有Aurelia London品牌的產品均不在動物身上進行測試。Aurelia London獲得國際零殘忍組織 (Cruelty Free International) 頒發的Leaping Bunny認證。國際零殘忍組織的Leaping Bunny認證是全球公認零殘忍護膚品和美容產品的黃金標準。Aurelia London亦加入了善待動物組織 (People for the Ethical Treatment of Animals, PETA) 零殘忍認證計劃。



保護生物多樣性的方法

在健合，我們深知自然資源對我們的貢獻，並正在努力減少我們的供應鏈（特別是生產原材料方面）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和／或支持瀕危物種的生態系統中索取資源。生物多樣性是我們原材料採購政策中重點關注之一。

對於來自農田和草地的產品，這是我們最重要的生態系統之一，我們正在研究如何支持可持續的農業實踐或（更理想的）再生農業實踐，從而確保高質量的長期供應。通過確保我們的成分和配方具有有機認證，我們可證實我們沒有破壞土壤或水質，並避免在供應鏈中使用有害的化肥。

嬰幼兒營養及護理用品超過40%的全球總產品組合（按單品數量計量）為有機產品。

在法國，全部Biostime合生元嬰幼兒配方奶粉及超過98%在法國銷售的Good Goût咕咕好味擁有有機認證。農業生物認證 (Agriculture Biologique) 分別由Ecocert FR-BIO-01及法國國際檢驗局SAS FR-BIO-10等第三方認證。結合

*三款非有機Good Goût咕咕好味產品使用海洋管理委員會 (MSC) 認證的可持續捕獲魚類製成。

** Data Gers, pharmacy market, Value Market Share MAT December 2022。

自然與科學的力量，Biostime合生元於法國提供一系列經認證的不含棕櫚油的有機嬰幼兒奶粉。

在中國內地，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 (由中綠華夏有機食品認證中心作出) 和歐洲 (FR-BIO-10認證) 的有機認證，該產品的產地為歐洲。

有機養殖產品廣受消費者歡迎。

在法國，Biostime合生元品牌在藥店渠道的有機嬰幼兒配方奶粉市場中穩佔榜首，並發展成為有機羊奶市場類別新品牌之冠**。Good Goût咕咕好味為法國有機獨立包裝水果及有機餅乾市場領導者***。

於澳洲，超過三分之一在售嬰幼兒配方奶粉在二零二二年為有機產品。我們的Biostime合生元品牌於二零一八年在澳洲推出後，於二零二二年在有機嬰幼兒配方奶粉品牌中位列前五名。

*** Data IRI, HMSM+DRIVE, Sales Value MAT December 2022。

在法國，100%的Biostime合生元和Good Goût咕咕好味嬰幼兒奶粉是有機認證的

與Isigny Sainte-Mère合作社 合作保護及種植具有豐富生物 多樣性的樹籬

二零二二年，我們參與長期合作夥伴Isigny Sainte-Mère 合作社（我們最大的乳製品戰略供應夥伴）保護及種植樹籬的行動計劃，共同支持其合作社成員。合作社於二零二一年啟動此項計劃，而我們於二零二二年加入，於二零二五年前每年至少提供15,000歐元的支支持。每種植一公里樹籬即捐贈3歐元。

樹籬是一排排密集種植的樹木或灌木，有助於限制土壤侵蝕，同時促進生物多樣性，保護農作物及動物免受風熱影響，具有多項功能：

- 通過維持動植物群的生物及生態功能
- 具有抗侵蝕及防風作用的農藝功能
- 通過對地表水的過濾及調節功能保護水資源
- 通過空間分區及多樣化的景觀功能
- 生產木材或水果的經濟用途。

除當地現有的樹籬再造林公共援助外，Isigny Sainte-Mère合作社再植樹籬的各成員都將受益於合作社及健合的補貼。為獲取此等補貼，合作社成員須首先獲得法國諾曼底批准的補貼申請。



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建立直接的關係，但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。於二零二二年底，在我們的三個業務單元（嬰幼兒營養及護理用品、成人營養及護理用品及寵物營養及護理用品）中，我們擁有約225名供應商，包括合約生產商。

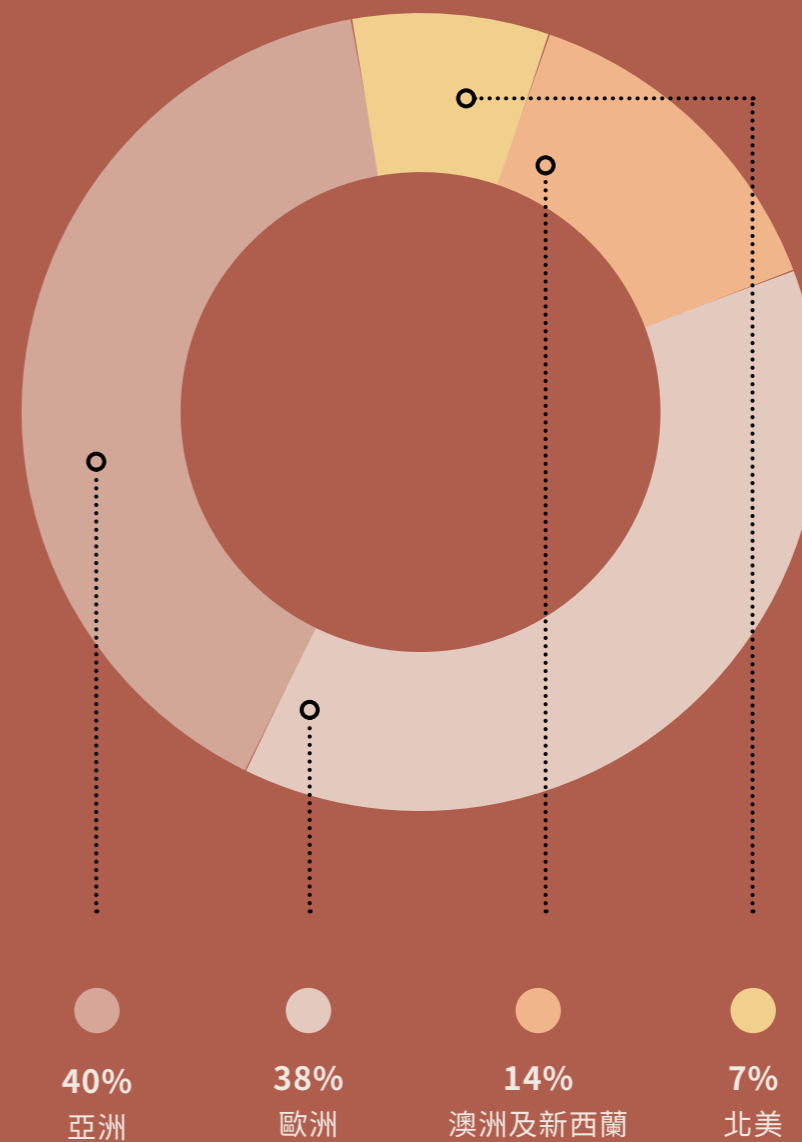
供應鏈管治、關係及連續性為我們最重要的議題之一。健合的供應鏈對於我們開展業務的方式發揮重要作用，因此，供應鏈中每名貢獻者及每個環節均同等重要，並受到同等重視。供應鏈管治與眾多其他環境及社會議題均有關聯，包括溫室

氣體排放、氣候風險及勞工權益。誠如我們的全面碳足跡（包括範圍三排放）所反映，我們的環境影響主要在於我們的供應鏈中。與供應商的合作對於改善我們的可持續發展表現至關重要。



供應商地圖

每個地區的供應商數量：



主要合約生產商



加工製造

《供應商行為準則》

在本集團網站上公開發佈的《供應商行為準則》概述我們的價值觀及我們期望供應商努力實現的目標以及彼等對其自身各自供應鏈應有的期待，涵蓋廣泛的可持續發展議題，例如：

- 人權及勞工權利
- 健康、安全和質量
- 環境事宜。

我們的《供應商行為準則》聲明，我們反對任何形式的奴役（包括童工）或販賣人口，並明確規定，我們希望供應商在所有活動中根據聯合國《世界人權宣言》的規定尊重及倡導人權。我們亦希望供應商為所有員工提供合理薪酬及良好工作環境

（包括同工同酬、充足的休息時間、充足的假期、結社自由及集體談判）。供應商亦應負責通過實施環境管理系統盡量減少不利環境影響，包括但不限於排放、不可再生能源消耗、水及廢棄物。

《供應商行為準則》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，以執行與本政策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》。我們還在標準模板協議中加入了多項與道德、環境和社會責任有關的新條款。

評估供應商

我們致力於提高產品組合中複雜供應鏈的透明度。

除對若干原材料進行環境及社會風險評估外（請參閱本報告「原材料採購」這節），我們已實施正式程序，通過SupplyShift--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-定健合供應商可持續發展調查，對我們的直接供應商（合約製造商和原材料，包裝，運輸和物流及倉庫供應商）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，主要涉及相關產品類別在可持續發展聯盟的行業熱點。

供應鏈評估涵蓋的主要主題涉及管治、一般企業社會責任承諾及行動、社會及勞工政策及倡議

（包括人權及現代奴役議題，例如童工及強迫勞動）、健康及安全、環境政策及倡議和供應鏈管理。

這令我們能夠識別高風險的直接供應商，分析其可持續發展概況，並與之合作以改善其環境、社會及管治表現。

除上述者外，我們於委聘歐洲合約生產商之前及於後續審核期間應用的審核分析網格，包括社會及環境評估標準。

通過建立關於供應鏈可持續發展進展的信息數據庫，該等行動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。

二零二二年摘要

重點關注在二零二二年完成我們可持續發展評估的前 95% (按購買價值計算) 供應商*

100% 簽署我們的《供應商行為準則》

97% 已確認其僱員在法律允許的情況下可自由加入或組建自己選擇的工會或工人組織

83% 已制定環境目標和減排計劃

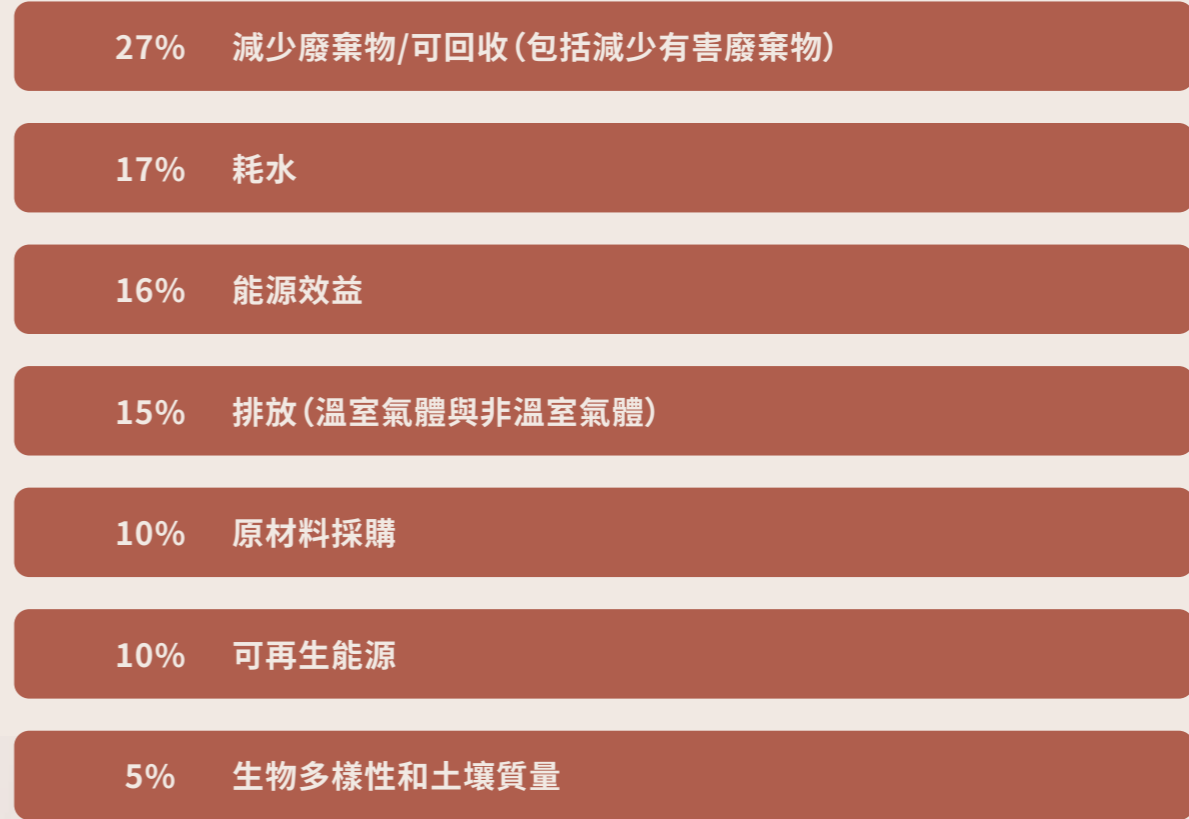
二零二二年，我們88%的供應商(按購買價值計)完成了可持續發展評估。與二零二一年相比，二零二二年我們參與評估的供應商數量增加了33%。

* 佔我們前95%供應商的78%

供應商的道德或社會審計

在過去兩年(二零二一年與二零二二年)中，我們 1 級供應商(按購買價值計算)中有77% 接受了至少一次由第三方進行的道德或社會審核。其中81%使用了SMETA (Sedex 會員道德貿易審核) 的審核參考。

供應商*制定的環境目標類別：



* 已完成可持續發展評估的前95%供應商。



包裝

安全、可持續及更少的產品包裝

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，尤其是針對我們的兩大產品品類 - 嬰幼兒配方奶粉與營養補充劑而言。

我們不斷致力於確定及實施更環保、更友好但仍能滿足最高質量及安全標準的包裝解決方案，從而保障消費者的健康和福祉。我們亦致力於減少使用包裝材料。

於二零二一年，我們特別為新產品開發流程引入新「5Rs」包裝開發指引。去提高我們包裝的環保表現，並在我們的產品內外充分嵌入循環原則。

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

優化回收材料的使用比例，以提升可回收程度及減少所產生的原生材料的使用。

循環利用

延長包裝壽命，鼓勵消費者循環利用。

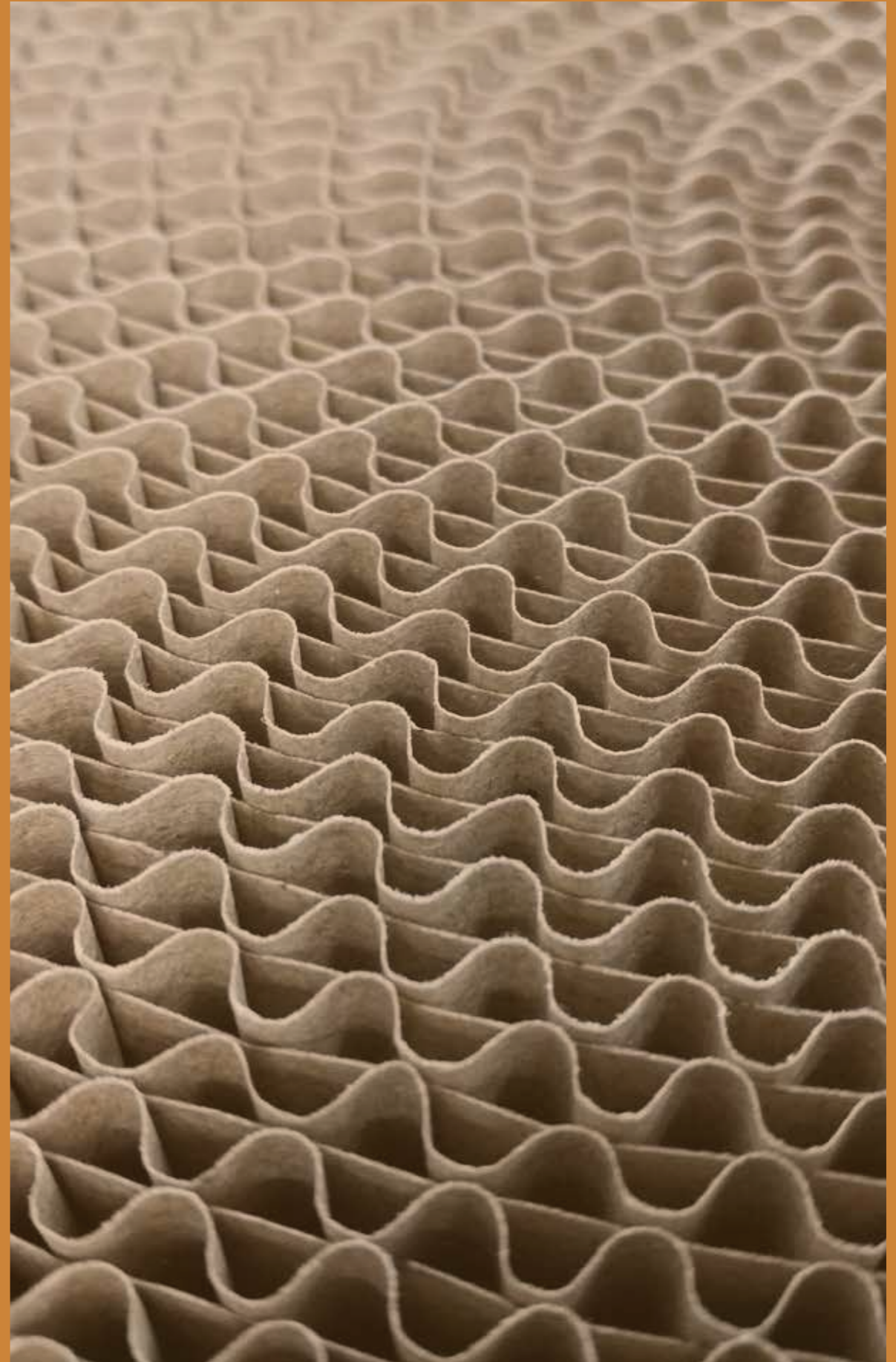
再生

改善再生包裝的能力，將整個供應鏈的碳足跡減至最少。

隨著我們繼續物色及實施更環保且符合質量及安全標準的包裝解決方案，我們的COSI（「成本輸出，可持續發展輸入」）理念（於本報告「創新」這節描述）應用於我們的「5Rs」框架。

我們二零二二年進行中項目組合的重點為：

- **減少使用**—使用更小的瓶子，並去除乾燥劑及二級包裝
- **回收**—使用可回收塑料及回收材料
- **更新**—採用再生及可回收紙質包裝。



「COSI」項目的「5Rs」包裝指引原則



減少使用

01. 是否有任何成分會對氣候產生影響？
02. 我們能否避免使用二級包裝（外盒）？
03. 我們能否避免使用乾燥劑？
04. 能否減少包裝的尺寸、體積或重量？
05. 我們能否減少使用原生材料？（替換成/增加包裝中PCR的比例）



更新

06. 是否有任何可再生材料？如是，現在包裝中可再生材料佔多少比例（%）？
07. 是否可能使用任何包裝材料的可再生材料作為替代？
08. 是否可能使用已獲認證為來自負責任來源（例如森林管理委員會（FSC）或PEFC）認證的可再生材料？
09. 能否用可再生墨水及塗料替代現有印刷工藝（標籤或包裝上）？



回收

10. 包裝是否可通過日常或標準回收程序回收？
11. 可否變更初級包裝的設計以改善可回收性？如否，有礙此舉的最關鍵部分是甚麼？
12. 我們可否避免多層包裝及使用多種材料成分？
13. 我們能否避免使用塑料或金屬薄膜層？
14. 包裝上是否使用（認證）回收標籤圖標及處置指示？
*有關分配包裝的機會？



循環利用

15. 產品的初級包裝是否可由消費者再次利用？
16. 可否用初級包裝重新包裝新產品？如是，是否有可行的選擇（考慮到退回/清潔/重新包裝/額外包裝（例如小袋子）的成本及環境影響）。



再生

17. 是否已通過供應鏈的本地化以減少碳排放，從而盡量減少碳足跡？
18. 是否有更佳方式生產或運輸產品及包裝以減少碳足跡？
19. 包裝是否經認證為適合堆肥及其他微生物處理？
20. 消費者是否有可能方便地獲取收集包裝及堆肥的服務？

一如既往，我們致力於提升包裝的可持續性及減少我們對原生包裝材料的使用

設計包裝材料時即考慮壽命結束時的回收問題

我們的目標仍然是使所有產品包裝均可回收、可堆肥或可生物降解，並將此目標延長至二零二五年。將目標延長至二零二五年，符合艾倫麥克阿瑟基金會與聯合國環境規劃署合作領導的全球承諾 (Global Commitment) 所遵循的時間表，讓我們有機會積極尋找解決方案，以解決尚尚未達到目標的剩餘部分包裝材料 (截至二零二二年十二月三十一日，我們98%的包裝材料為可回收、可生物降解或可堆肥)。



Biostime合生元零食榮獲包裝創新及可持續發展大獎

該品牌的創新及可持續包裝設計別具特色，勇奪大獎：

為實現目標，我們將繼續仔細考慮以下方面：

- 在可行情況下挑選可再生或回收材料
- 基於材料回收、垃圾最小化、消費者可及性、提升運輸效率及減少產品浪費等方面進行包裝設計
- 確保所用包裝材料的安全性
- 優化包裝材料效益
- 確保產品符合質量及安全的高標準。

減少使用原生包裝材料

使用更少的包裝材料 (包括更少的原生塑料) 為我們減少環境影響戰略的一部分。我們的項目包括設計更小的瓶子，並減少不必要的乾燥劑及二級包裝。我們亦致力於增加包裝的回收成分。

二零二二年七月，我們成為艾倫麥克阿瑟基金會社群網絡的一員。

- 智能拉鏈鎖定系統，允許包裝在初次開啟後輕易重新密封，與傳統包裝設計相比，減少紙張浪費
- 選擇經森林管理委員會認證的紙張，同時棄用塑料薄膜保護油墨
- 包裝上包含回收標語，溫馨提示消費者負責任地處理包裝盒，為保護地球盡一分力。

Swisse斯維詩參加新加坡企業發展局發起的二零二二年可持續發展公開創新挑戰賽 (Sustainability Open Innovation Challenge 2022)

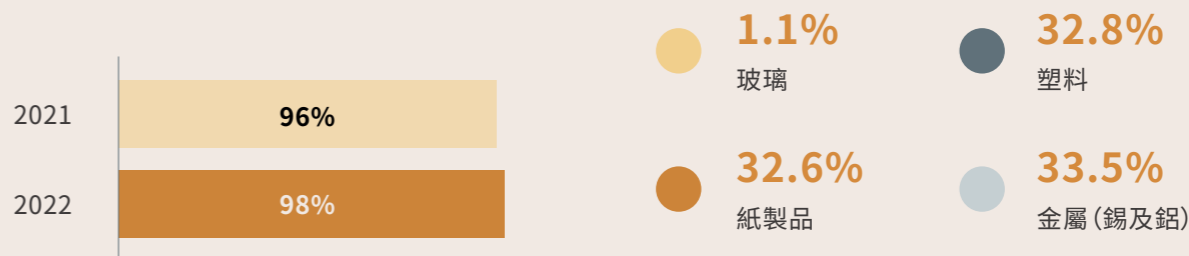
Swisse斯維詩及健合集團將可持續發展及創新放在首位。二零二二年，我們與新加坡企業發展局的可持續發展公開創新挑戰賽攜手合作，與一眾創新企業合作，就營養補充劑使用的條包和袋裝包裝尋找更加可持續的解決方案。目的為方便整個地區的消費者使用及獲得該等產品，同時促進環境可持續發展。

包裝流程

於二零二二年，我們從健合設施及生產我們ANC、BNC和PNC品牌產品的合約生產商收集包裝材料的數據。*我們於二零二一年開始擴大數據收集範圍 - 加上Solid Gold素力高。

可回收、可生物降解或可堆肥包裝

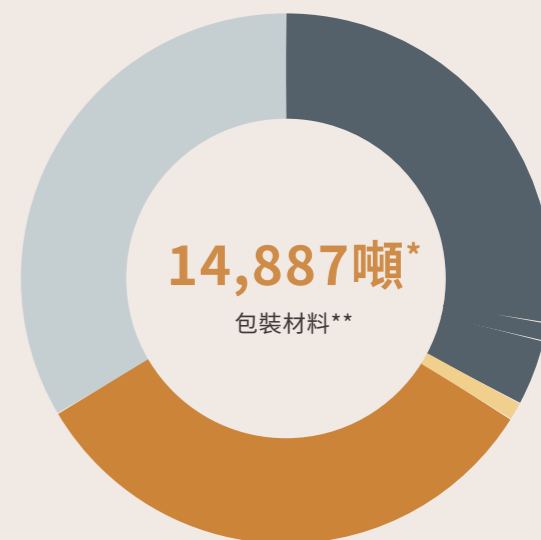
可回收、可生物降解或可堆肥的包裝材料百分比 (按包裝重量計)



* 與二零二一年相比節省了2,751噸包裝

** 注意，我們在二零二二年報告中報告包裝數據的方式與二零二一年報告有所不同。在二零二二年，我們重新評估收集範圍。我們在二零二二年整合了與我們的品牌 Solid Gold 素力高相關的包裝數據，這些數據在上一份報告並沒有報告

包裝材料類型





減少原生塑料的使用

如我們的「5Rs」包裝框架所述，我們相信轉型到循環經濟始於我們設計包裝和產品的方式。

二零二二年，我們對Dodie 杜迪嬰兒濕巾從產品到包裝進行了全面重新設計，以盡可能減少塑膠的使用，包括以下：

- 原來的濕巾被由植物纖維（來自木漿的粘膠纖維，如山毛櫸、松樹和桉樹）製成的無塑膠濕巾所取代，這些植物纖維都經家庭堆肥認證。
- 用密封翻蓋去代替包裝上的塑膠蓋，比以前的包裝方式節省了65%的塑膠，估計每年可節省近10噸塑膠。
- 此外，以前由多層柔性塑膠製成的包裝被 100% 的PE 包裝所取代，這種包裝在法國是 100% 可回收的。

去除不必要的塑料，讓我們的包裝更容易回收

我們所有地區的 ANC、BNC 和 PNC 品牌的重點活動都被評估，總結如下：

- **中國內地：**我們進行了測試，將Swisse斯維詩膠原蛋白肽固體飲料條包的四層箔包裝替換為三層結構，以提高成品的可回收性。
- **中國內地：**我們將Little Swisse斯維詩魚油嘴嚼膠囊的包裝，從多重包裝形式（盒+鋁袋+泡罩）重新設計為單一包裝（塑膠罐），使我們能夠將包裝的可回收性從58%提高到92%。



- **澳洲：**我們設計了尺寸更小的新型Swisse斯維詩小瓶，並將於二零二三年在我們的暢銷產品推出。從而節省塑膠使用，物流成本和減低碳排放。
- **北美：**我們將在二零二三年去除Zesty Paws快樂一爪罐子中的收縮塑膠，並將罐子減少8%重量，每年從而共節省約 21 噸塑膠。
- **法國：**我們去除Dodie杜迪嬰兒奶瓶包裝上的塑膠窗，並轉型至100%可回收包裝，該包裝不含塑膠，由回收紙板製成。

98%

包裝材料為可回收、
可生物降解或可堆肥

2,751

噸包裝材料被節省
同比二零二一年

16%

包裝材料含有可回收成分

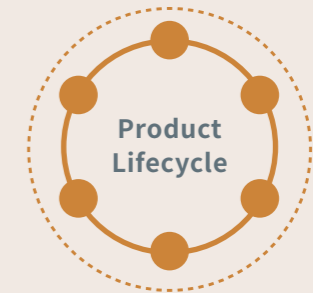
1公斤

我們就每858人民幣元收入生產
1公斤包裝。



Swisse Earth在澳洲包裝獎中勇獲銅獎

我們的Swisse Earth包裝在今年的澳洲包裝創新與設計獎的健康、美容和保健類別中獲得了銅獎。獲銅獎包裝採用了可持續採購的生物基包裝材料：罐子和蓋子由再生紙製成，完全可回收。可堆疊的蓋子和紙底封口是功能性和可持續性的偉大創新。這對我們的品牌來說是一個巨大的成就，也是對Swisse斯維詩團隊和我們的供應商將概念變為現實，並將這種創新包裝變為現實所作出的巨大努力表示肯定。



我們如何管理可持續包裝創新

為了改善我們的環境熱點，我們對我們的主要產品類別進行生命週期評估 (LCAs)。生命週期評估識別、量化和評估產品在整個生命週期對環境影響，包括包裝。在二零二二年，我們進行了兩個主要的生命週期評估：

- **Biostime合生元嬰兒配方奶粉：**包裝已被定為重點領域，重新包裝的行動計劃被研究，以減少我們的影響。
- **Dodie杜迪安撫奶嘴和嬰兒奶瓶：**我們決定在2023年底之前逐步從包裝中淘汰PVC。用回收PET取代PVC將使我們對氣候變化指標的影響減少34%。

分銷

運輸與物流

健合集團的迅速擴張顯著增加了我們供應鏈(包括運輸及物流)的複雜性。

我們遵循「高端優質、科學驗證、令人嚮往、追求卓越、參與互動」的集團「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，這意味著原材料運輸至生產地點的環境足跡相當大。

通過計算我們的全球碳足跡(包括範圍三)，我們更加瞭解上下游的運輸排放量，這些排放佔我們二零二二年碳足跡的11%。我們正在制定一項計劃，以減少與運輸相關的排放量，包括使用更多低排放運輸方式(如鐵路和海運)，並提高需求和供應預測的準確性，以限制需加快交付方能及時到達市場的情況。

於二零二二年，我們將Good Goût咕咕好味的果泥(二零二二年佔我們銷售額46%的該品牌最大產品類別)的生產由西班牙遷至法國。由於我們目前主要在法國市場銷售Good Goût咕咕好味，此舉將有利於進一步將生產及供應鏈本地化，從而縮短運輸距離。

我們的團隊已經為該重要項目工作超過兩年。我們在甄選生產供應商過程中採用多項可持續標準來挑選製造合作夥伴，包括評估工廠如何於生產過程中減少碳排放；製造商如何管理用水及能源廢棄物處理；對可持續採購的參與及管理；及是否鼓勵轉型至可持續發展的農業等。未來，Good Goût咕咕好味約80%的產品組合將在法國生產。我們正在研究其他方案，並於二零二三年實施，以便於法國生產酸奶包裝袋等其他產品系列。

於澳洲，自二零二二年五月起，我們將一名主要客戶的交付點從悉尼搬遷至集團的分銷中心墨爾本。我們估計每週可節省兩次835公里的公路貨運。

產品供應

我們希望我們的產品能夠滿足社區的健康及營養需求。

因此，我們在進行商業活動時優先考慮以下三個範疇：

- **分銷及服務市場：**聚焦於擴大現有市場目標消費者的產品供應，並使新國家的消費者能夠獲得我們的產品
- **文化規範及生活方式選擇：**重點考慮當地文化規範(清真產品)，並迎合消費者對更可持續發展生活及素食需求
- **產品樣本：**建議採用部分產品樣本，以提高可負擔能力，並為更多消費者提供試用品。

我們於「提升健康意識」一節所描述的非商業活動亦支持產品的可及性與可負擔性。

於本節，我們將聚焦於通過分銷及服務市場擴大產品供應。有關我們對文化規範及生活方式選擇的回應，請參閱“營銷”一節。

於二零二二年，我們使現有市場消費者可於其經常購物的地方並以其屬意的方式找到我們的產品。擴展產品供應包括線上渠道(涵蓋品牌網店及／或通過電商平台)以及線下渠道，取決於市場。

於中國內地，我們通過消費者教育活動觸及更廣泛的線下及線上消費者群，並加深嬰幼兒營養及護理用品產品於低線城市渠道的滲透。

有關寵物營養及護理用品業務單元，我們繼續擴大於美國的分銷範圍，包括沃爾瑪、Target、PetSmart等主要零售連鎖店及獨立寵物店。就電商而言，美國的Zesty Paws快樂一爪穩居電子商務渠道寵物營養補充品品牌首屈一指的地位，我們於二零二二年十二月完成Solid Gold素力高在亞馬遜上的業務從批發業務模式過渡至網上商城模式。

我們的Swisse斯維詩品牌於新亞洲擴張市場中的增長勢頭是顯著的，這得益於越南(二零二二年新市場之一)、泰國、印度及馬來西亞等市場的分銷收益(包括線下及線上渠道)。

於二零二二年，我們亦擴大對新國家消費者的產品供應。我們已向中東地區的消費者推出Swisse斯維詩品牌，讓彼等更容易獲得高質量營養。Swisse斯維詩系列共推出20款基於阿聯酋消費者及品類趨勢的產品。我們亦於若干亞洲國家擴展業務。



營銷

消費者參與

健合秉承「高端優質、科學驗證、令人嚮往、追求卓越、參與互動」的集團PPAE經營模式。我們的獨特模式為品牌開發、營銷與傳播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



科學驗證

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



令人嚮往，追求卓越

- 鼓勵消費者通過我們的產品改善他們的生活質量和方式
- 世界各地及本土品牌代言人和關鍵意見領袖幫助我們激勵消費者



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活動

我們對自然的尊重及創新確保我們為改善人類、社會及環境健康付出更大努力，促進世界各地的可持續健康。

我們與信譽卓著及有抱負的名人及有影響力的人合作，並投資本地及全球層面的營銷，以保持消費者參與並瞭解健康生活方式及整體健康的重要性。

例如，於二零二二年，Swisse斯維詩擴大與著名女演員Nicole Kidman的合作，並於新加坡、印度、泰國、馬來西亞及香港舉辦地方大使和合作夥伴對健康、保健及美麗等話題的對談。有關對談已在Swisse斯維詩社交媒體廣泛宣傳，以提升健康意識，強調健康生活方式、營養及運動對消費者的重要性。

於二零二二年，我們推出Swisse斯維詩NR+系列，在煙酰胺腺嘌呤二核苷酸 (NAD+) 前體煙酰胺核糖氯酸鹽 (NR, Niagen®) 方面取得突破性創新，煙酰胺核糖氯酸鹽對細胞能量代謝十分重要，為煙酰胺的生物活性來源，可支持細胞能量生產及保持活力。Swisse斯維詩NR+系列倡導健康樂齡及提升細胞活力，可解決消費者有關衰老的健康問題。Swisse斯維詩NR+的包裝印有

潔淨標籤聲明，位置顯眼，並強調成分及配方的質量及安全。

我們的全球營銷團隊已開發並推出電子商務指引及品牌資產，可於來贊達 (Lazada)、蝦皮 (Shopee) 及亞馬遜 (Amazon) 等電子商務平台上跨市場使用。該等資產及指引有助改善產品的優點及成分的清晰和透明的溝通，並突出潔淨標籤聲明。



斯维诗 SWISSE

2022

迪丽热巴

柔韧的骨骼
才是值得羡慕的单品

斯维诗®柠檬酸钙

Swisse

Calcium + Vitamin D
SUPPORTS HEALTHY TEETH
BONE DENSITY
CALCIUM SUPPLEMENTATION
MAY HELP
OSTEOPOROSIS
PREVENTION
EASY-TO-SWALLOW

「自然健康，我們的新時尚」

我們的中國內地團隊推出新宣傳活動，標語為「自然健康，我們的新時尚」，並以強大的數字支持，邀請中國內地最具影響力名人之一迪麗热巴參與。該活動通過鼓舞人心和具教育性的營銷及教育活動提高消費者對我們的健康支柱 - 營養、運動及正念的認識及理解。

斯维诗 Swisse

秦嵐
斯维诗品牌大使

膨弹水光的时尚单品
胶原水光片

Swisse
BELLEZZA DELLA PELLE

Solid Gold素力高與嗶哩嗶哩首創「真貓秀」直播

於二零二二年，Solid Gold素力高推出全新超高端單品免疫粒糧，旨在促進貓的健康。為吸引Z世代 (Gen Z) 消費者的注意，Solid Gold素力高與熱門視頻共享流媒體平台嗶哩嗶哩進行「真貓秀」直播，獲超過一百萬Z世代消費者在線觀看，以及總曝光量逾320百萬。

Solid Gold素力高亦邀請嗶哩嗶哩博主製作創意視頻，以有趣的方式向消費者強調Solid Gold素力高「提升免疫力，貓咪有活力」的賣點，並建立輕鬆有趣的品牌形象，推動銷售。



「發掘內在動機 (Reach for your reason)」活動

於二零二二年，Swisse斯維詩團隊向市場推出全新「發掘內在動機」活動。該活動於二零二二年在澳洲及意大利推出，並計劃於二零二三年在東南亞推出。我們的品牌核心理念為，我們首先要發掘個人目標，方可達成任何目標。當我們瞭解激發我們的動機時，我們便可放眼未來，付諸實行。這場活動傳遞出Swisse斯維詩將成為值得信賴及鼓舞人心的夥伴，支持消費者邁出健康之旅的每一步。

「發掘內在動機」活動通過傳達健康的生活方式及幸福感的視覺效果加以說明。



“發掘內在動機”活動強調通過傳達健康生活方式和幸福感的視覺效果來尋找和追求個人目標的重要性。



Swisse Earth

Swisse Earth系列通過針對性的活動和顛覆性媒體的發佈活動推出，彙集了澳洲一些最具影響力的媒體記者和意見領袖，去建立20-44歲正在尋找優質和可持續健康解決方案的消費者的意識。在二零二二年，為了慶祝地球日和進駐澳洲連鎖大藥房，我們與澳洲一些最大的內容創作者合作，激勵澳洲人將我們的產品融入日常生活。

媒體活動引起了強烈的消費者參與，推動了1,800萬+印象和在各領先健康出版物的報導。Swisse Earth系列也因再生紙等生物基材料製成的包裝，而奪得二零二二年澳洲包裝創新與設計獎在健康美容與健康類別的銅獎。

Biostime合生元聯合許昕活動

二零二二年，Biostime合生元借冬奧會和春節之際在中國內地發起了一項活動，通過不同的社交媒體活動與千禧一代的媽媽們互動。中國國乒名將、奧運冠軍、五屆世乒賽冠軍許昕被選為品牌代言人。

活動期間，消費者可自創微信表情、參與H5小遊戲競賽、與許昕合拍拜年視頻，領取定制紅包和大禮包。該活動已成為熱門話題，並在社交媒體平台上瘋傳，曝光量超過 19 億次。



Biostime合生元真實肖像活動

Biostime合生元法國團隊發起了一場帶有#LesHistoiresSansFiltre 標籤的社交媒體活動。通過呈現一系列以面臨各種挑戰的真實父母為主角的小插曲，我們邀請我們的社區發現其他類型的育兒方式並提高對不同主題的認識。例如，一名患有非常罕見的神經系統疾病的兩個孩子的母親，以及她如何用愛和毅力與疾病作鬥爭的真實故事。該運動提高了社會意識，並提供了一個很好的機會來改變常見的與母性、女性、家庭和養育子女相關的話語方式。





母乳代用品盡責營銷

在健合，我們深明母乳乃無可替代，是生命初始的最佳營養來源。因此，作為一個生產及營銷嬰兒配方奶粉的企業，我們需要時刻留意與產品相關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。

我們在二零一八年發佈《母乳代用品盡責營銷政策》(BMS政策)，旨在為本集團如何進行有關母乳代用品的營銷活動提供指引。在二零二一年，

在現有的BMS政策基礎上，我們審視針對嬰幼兒營養產品的戰略實施，實施關鍵研發和科學項目以幫助倡導和提升母親母乳餵養的效率。於二零二二年，我們繼續鞏固BMS政策及執行主要條款，尤其是在監管力度較我們的BMS政策低的主要市場，如中國內地。我們亦改進合規管理系統，以確保我們採用適當的營銷做法，並營造遵守世界衛生組織守則 (WHO守則) 的有效文化。

我們的嬰幼兒營養及護理用品委員會由每個品牌和營運所在地區的營銷和監管代表組成，持續定期會面以：

- 及時瞭解本地和全球行業的最新發展及變化
- 監督我們在嬰兒營養和護理相關 (包括母乳代用品) 方面的方針和定位
- 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
- 向本集團風險管理團隊和董事會報告有關BMS政策的遵守情況
- 討論於「健全負責任的營銷違規表」提出的任何關注和違規情況，並作出相應回應 (職責分配)
- 通過任何倡議活動與利益相關者進行互動，以支持及保護母乳餵養，確保遵守世衛準則，並提高全體業務夥伴的認識

此外，於共益企業 (B Corp) 認證方面，本集團認為我們必須支持完全符合WHO準則的立法，披露我們的游說政策 (尤其是有關母乳代用品盡責營銷) 的游說做法及不符合負責任游說框架的領域。

從我們開展成為共益企業 (B Corp) 認證以來，我們亦已採取以下行動：

- 推動與營養獲取指數 (ATNI) 的進展並持續討論
- 我們已加入營養獲取指數，並於二零二三年二月開始進行母乳代用品盡責營銷評估
- 我們的研發團隊積極開發基於科學的產品，以鼓勵及支持父母通過哺乳產品進行母乳餵養，這些產品將於二零二三年第四季度推出
- 為全體相關團隊成員及代表健合的第三方提供持續的年度母乳代用品盡責營銷合規培訓
- 我們於中國內地開展支持世界母乳餵養周的活動

我們亦致力於支持返回公司工作僱員的母乳餵養。為全體團隊成員提供充足的空間、隱私、存儲、休息時間及渠道。自二零二二年起，30名僱員以上的所有工作場所均設有專用母乳餵養空間。



提供適合社區需求及健康問題的產品

除產品安全性及為消費者提供的益處外，我們的食品及補充劑產品的營養質量亦為消費者選擇的內在因素。我們的目標是通過開發及提供具有更高營養價值及健康益處的產品，為滿足全體家庭成員（包括寵物）及所有生命階段的各種營養及健康需求而量身定制，從而對健康產生積極影響。我們亦根據對公共健康關注事項及當地文化傳統的瞭解，提供切合消費者需求及關注的產品。我們瞭解到品牌於一個市場的產品系列未必適合另一個市場消費者的習慣或口味，故於產品創新及產品選擇戰略中倡導「全球本地化」方法，即我們的全球品牌產品系列乃根據當地消費者需求定制。我們進行定量及定性研究，與時並進，緊貼及預測全球及特定市場的消費者趨勢及需求，確保消費者的健康及保健需求，並在進行新產品開發決策時考慮優先事項，支持我們發展品牌及產品組合，以確保相關性。

植物基戰略*

於二零二二年，我們繼續在整個集團內整合植物基戰略。該戰略於二零二一年整合，以滿足在主要市場上消費者對素食友善產品日漸增加的關注。這概述對為消費者帶來健康功效並毋須使用動物源產品的成分和配方的偏好。

*就報告而言，我們對植物基、純素及素食概念採用以下詮釋：

「植物基」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（如肉）但可能含有動物副產品（如蛋、牛奶和蜂蜜）的產品。

** 二零二二年的數據包括所有Swisse(斯維詩)地區(正常貿易和中國跨境電商渠道)的所有ANC品牌的數據，針對於純素或植物性SKU，除了新市場(斯里蘭卡、阿聯酋和文萊)和全球出口渠道外。該百分比是根據NSR值計算的。二零二一年的數據僅限於Swisse(斯維詩)品牌，針對於純素或植物性SKU，僅在東南亞、澳大利亞、意大利、中國(正常貿易)和香港特別行政區地區收集。該百分比是根據NSR值計算的。

ANC：來自Swisse斯維詩的維生素及補充劑產品靈感源於大自然，並以科學為支持。因此，對我們而言，於配方使用高端及可持續質量成分至關重要，這包括選擇純素及植物基成分。於二零二二年，我們的成人營養及護理用品組合由38%素食友善組成。我們的純素護膚產品占我們護膚產品組合收入的63%**。植物性佔我們的護膚產品(收入)27%。我們已於二零二二年推出54款素食友善的成人營養及護理用品新產品。例如，我們於二零二二年七月於澳洲及新西蘭推出新Swisse斯維詩Ultivite 純素複合維生素系列。該系列產品採用可持續採購的高強度B12、素食維生素D及鐵配方，以支持健康及積極的素食生活方式。

BNC：有關嬰幼兒營養及護理用品部分，素食友善產品供應總額佔Good Goût咕咕好味總收益的71%。於二零二二年推出的Good Goût咕咕好味新產品過半屬素食友善。

PNC：目前，我們的PNC產品組合中沒有純素產品。然而，我們的Solid Gold(素力高)SeaMeal產品，狗和貓的營養補充劑，含植物性(主要成分是海藻和亞麻籽)。它們並不符合純素條件，因為它們在成分板中含有乳糖(作為酶的載體)。



健合產品類別中素食友善產品按銷售收入淨額 (NSR, 美元) 計的總百分比

71%

嬰幼兒食品

63%

護膚產品

38%

成人補充品產品

8%

嬰幼兒配方奶粉及補充品

0%

寵物營養及補充品

植物性產品佔Solid Gold素力高的收入2.4%。



包容性

我們致力考慮消費者的本地文化習俗，包括宗教等因素。

自疫情開始以來，對維生素及補充劑的清真認證要求的需求增加，據此，全球清真營養品市場的銷售額將在二零二一年至二零三一年的未來十年內增加一倍 (FMI, 2021)。東南亞地區一直

是Swisse斯維詩清真產品組合全球擴張的重點市場。二零二二年，我們推出22款新清真認證配方產品，而去年我們於該地區開始推出4款清真產品。由於消費者的飲食選擇受到限制，擴大清真產品供應令我們能夠為消費者提供更佳選擇及便利。



產品的營養質量及潔淨標籤

我們不斷改進配方，通過提供低糖或無糖配方幫助消費者更健康。根據知名新聞發佈服務 Globes Newswire 的資料，糖尿病發病率不斷上升及對低熱量食品需求日益增加為推動無糖產品市場增長的主要因素。該等因素影響人們減少攝取糖，並選擇低糖或無添加糖產品。

我們全球成人營養及護理用品和嬰兒營養及護理用品收入的 80% 以上來自低糖和/或不添加糖的產品*。就嬰幼兒營養及護理用品而言，我們瞭解到，父母擔心糖對健康的影響，並正尋找「有限或無添加糖」的產品。我們出售予終端消費者的 Good Goût 咕咕好味銷量中超過90%不含添加糖。此外，我們 100% 的嬰兒配方奶粉不添加糖*。我們的整個嬰兒配方奶粉系列不添加任何人造糖或玉米糖漿。我們在法國的新 Biostime 合生元兒童軟糖系列 (專為兒童開發以支持其營養需求) 不含添加糖或動物明膠。關於我們的成人營養及護理用品部分，我們大部分的產品都是無糖或不添加糖的。17.1% 經過實際測試並聲稱含糖量低，21.5% 的產品“未添加糖”**。關於我們的寵物營養及護理用品部分***，我們並無於 Solid Gold 素力高產品中添加糖。我們計劃未來數年繼續於我們所有市場上推廣低糖或無糖配方，以改善消費者健康。

亞太地區消費者的要求及見識與日俱增，並希望整個價值鏈更加透明，以便作出高度明智的購買決定。對於直接影響自身健康的產品，彼等更加謹慎，期望全面瞭解標籤中提及的成分及其裨

益。為提高消費者對我們產品安全的信心，我們盡可能避免添加任何人造成分****，如防腐劑、色素、香料及甜味劑。於東南亞重點地區的成人營養及護理用品重點區域，45% 的產品組合 (佔該地區收入的49%) 並無添加任何人造成分，且我們在包裝等營銷傳播中向消費者明確傳達潔淨標籤，助其決策。

就嬰幼兒營養及護理用品細分市場而言，全球所有產品組合 (以 SKU 數量計) 中超過28% 並無添加人造成分****。出售予市場 (收入) 的所有 Good Goût 咕咕好味產品中77% 並無添加人造成分。作為全面的嬰兒食品品牌，Good Goût 咕咕好味於法國提供大量有機產品，從穀類食品到膳食，從水果到甜點及餅乾，以滿足嬰兒斷奶期間的不同需求。Good Goût 咕咕好味的配料表簡短，並甄選天然美味配料，讓嬰兒發現大自然的真正味道，充分開發其味蕾。我們將繼續於產品標籤及營銷傳播中向現有及潛在消費者傳達這些屬性，以便為其購買決策提供信息。

在我們的寵物營養及護理用品部分***，我們的 Solid Gold 素力高產品為天然產品，並添加維生素、礦物質及其他微量營養素，即我們不使用人造成分，惟我們於 Solid Gold 素力高完善及均衡的貓狗糧產品中添加部分合成維生素及氨基酸除外。

* 根據IMF的規定。

**就成人營養及護理用品組合而言，「低糖」及「無添加糖」聲明的百分比 (%) 僅基於維生素及礦物補充劑類別，不適用於皮膚護理及個人護理類別。該百分比是根據全球Swisse產品群組SKU總數中的合格SKU數量計算的。

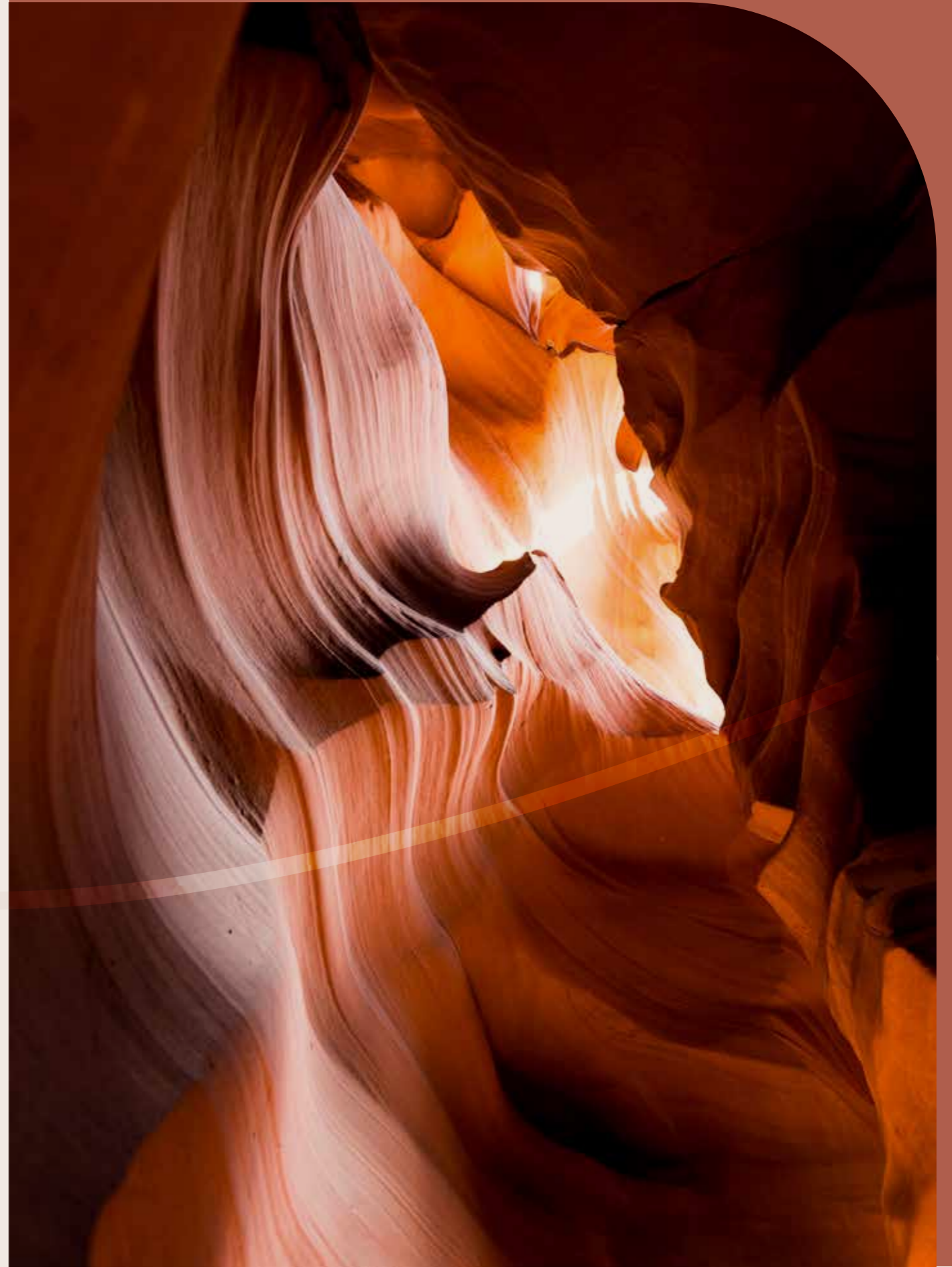
**「人造成分」根據各自所在國家的監管標準/標準界定。

***當報告發佈時，我們的Zesty Paws (快樂一爪) 品牌的數據不可用。

****「人造成分」是根據當地國家的監管標準/標準定義的。

附錄

05



附錄1 – 健合集團營運實體

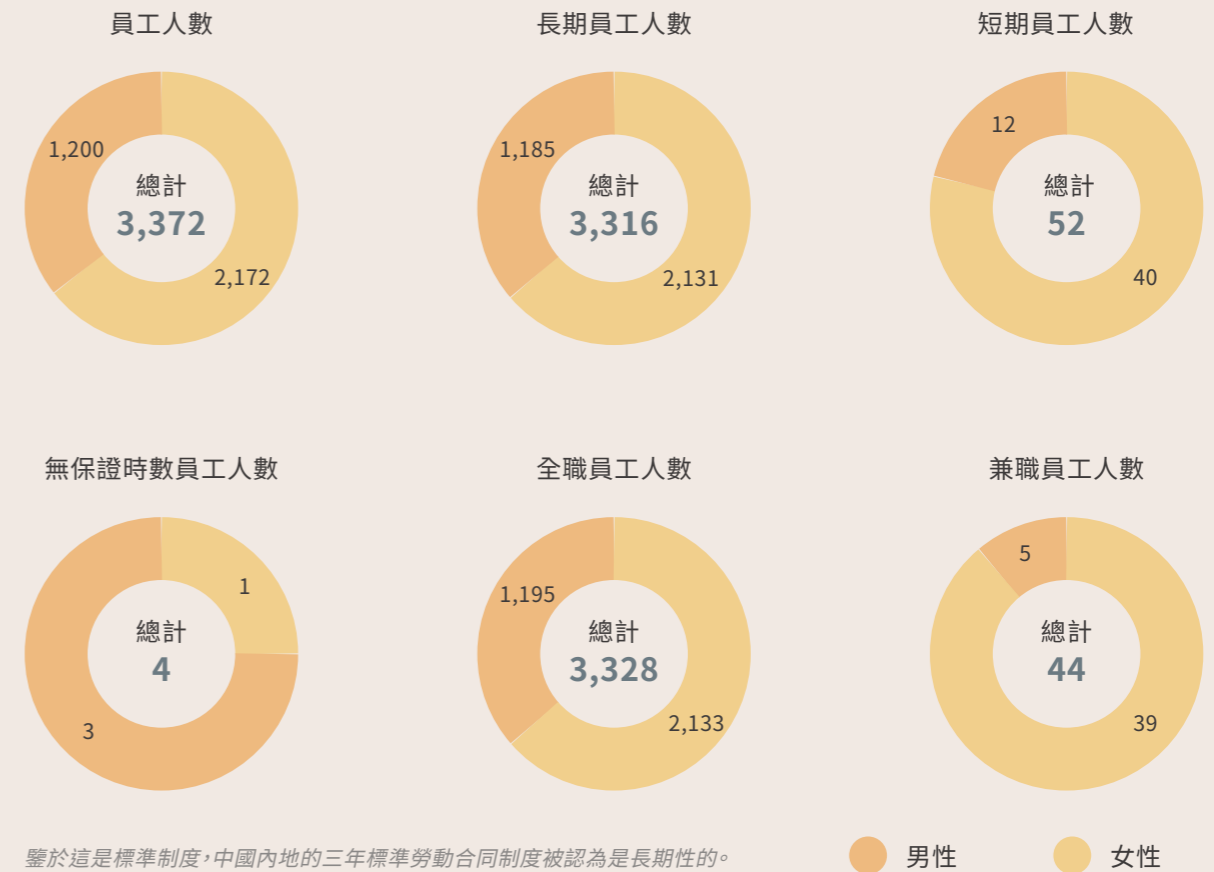
健合(中國)有限公司	中國內地
合生元(廣州)健康產品有限公司	中國內地
廣州杜迪嬰幼兒護理用品有限公司	中國內地
合生元(長沙)營養食品有限公司	中國內地
廣州市合愛信息技術有限公司	中國內地
廣州市媽媽一百電子商務有限公司	中國內地
健合(海南)營養品有限公司	中國內地
詩微仕(廣州)健康產品貿易有限公司	中國內地
Farmland Dairy Pty Ltd.	澳洲
Swisse Wellness Pty Ltd.	澳洲
S W Translink Packaging Pty Ltd.	澳洲
Swisse Wellness Pty Ltd.	新西蘭
Health and Happiness (H&H) Hong Kong Limited	中國香港特別行政區
New H2 Limited	中國香港特別行政區
Swisse China Limited	中國香港特別行政區
Health and Happiness (H&H) Singapore PTE. Limited	新加坡
Health and Happiness (H&H) (Thailand) Co., Ltd	泰國
Health and Happiness (H&H) Trading India Private Limited	印度
PT HEALTH AND HAPPINESS INDONESIA	印尼
Health and Happiness (H&H) Taiwan Limited	中國台灣
Health and Happiness (H&H) Malaysia sdn. bhd.	馬來西亞
H&H Group DMCC	阿拉伯聯合酋長國
Health and Happiness France	法國
Biostime Pharma	法國
Health and Happiness (H&H) Italy S.R.L	意大利
Health and Happiness (H&H) UK Limited	英國
Aurelia Skincare Limited	英國
Health and Happiness (H&H) Research Limited	愛爾蘭
Health and Happiness (H&H) Inc.	美國
Solid Gold Pet, LLC	美國
Zesty Paws LLC	美國

附錄2 – 有關員工的進一步資料

資料按報告期末的全職團隊成員數量呈報

根據性別劃分的團隊成員明細

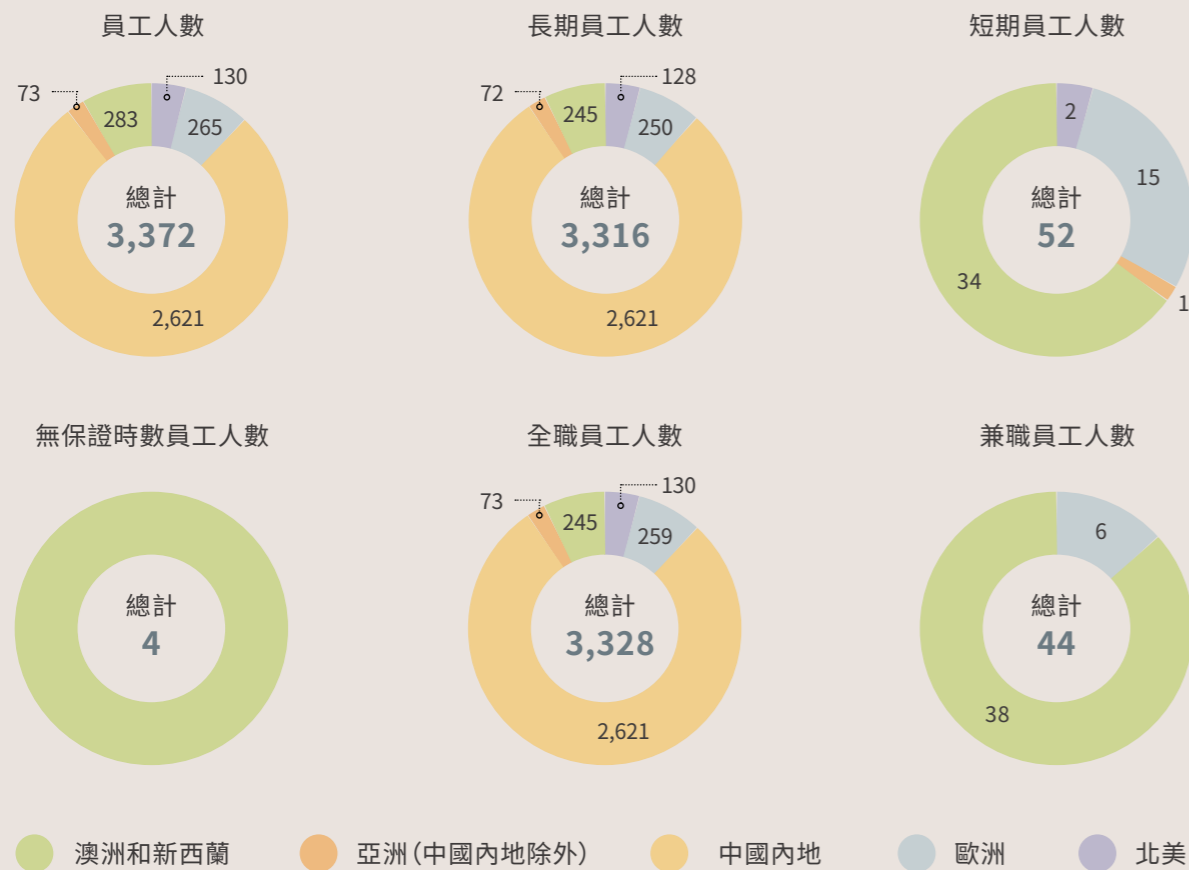
女性	男性	總計
員工人數(全職團隊成員)		
2,172 (64.4%)	1,200 (35.6%)	3,372
長期員工人數(全職團隊成員)		
2,131 (64.3%)	1,185 (35.7%)	3,316 (98.3%)
短期員工人數(全職團隊成員)		
40 (76.9%)	12 (23.1%)	52 (1.6%)
無保證時數員工人數(全職團隊成員)		
1 (25%)	3 (75%)	4 (0.1%)
全職員工人數(全職團隊成員)		
2,133 (64.1%)	1,195 (35.9%)	3,328 (98.7%)
兼職員工人數(全職團隊成員)		
39 (88.6%)	5 (11.4%)	44 (1.3%)



鑒於這是標準制度，中國內地的三年標準勞動合同制度被認為是長期性的。

根據地區劃分的團隊成員明細

澳洲和新西蘭	亞洲 (中國內地除外)	中國內地	歐洲	北美	總計
員工人數					
283	73	2,621	265	130	3,372
長期員工人數					
245 (86.6%)	72 (98.6%)	2,621 (100%)	250 (94.3%)	128 (98.5%)	3,316 (98.3%)
短期員工人數					
34 (12.0%)	1 (1.4%)	0 (0%)	15 (5.7%)	2 (1.5%)	52 (1.6%)
無保證時數員工人數					
4 (1.4%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	4 (0.1%)
全職員工人數					
245 (86.6%)	73 (100%)	2,621 (100%)	259 (97.7%)	130 (100%)	3,328 (98.7%)
兼職員工人數					
38 (13.4%)	0 (0%)	0 (0%)	6 (2.3%)	0 (0%)	44 (1.3%)



非員工工作者

於二零二二年，本身並非員工但工作受集團控制的工作者人數為428人。我們主要招聘工人及實習生在我們的運營設施(製造和包裝)工作。

鑒於這是標準制度，中國內地的三年標準勞動合同制度被認為是長期性的。

附錄3 – 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。專注於數字化將是健合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。

產品營養質量

開發和生產更有營養、更健康的產品，以滿足不同人群各種營養及健康需求。

產品可及性及可負擔性

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。

附錄3 – 重要議題 (接上文)



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及／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。

水源管理

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風險。建立支持健康、安全和福祉的支持性政策、企業氛圍。

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。

附錄3 – 重要議題 (接上文)

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。

道德、誠信與信任

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程序。

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，包括創新思維，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。

風險管治

識別及管理健合集團的現有及新出現風險以及其潛在相關影響，這對我們的長期價值、增長及可持續發展至關重要。

附錄4 – 利益相關方參與

利益相關方群體	我們的參與方式
團隊成員	<ul style="list-style-type: none"> 有關我們財務業績及其他本地化地區議題（中國內地、歐盟及北美；澳洲及新西蘭以及亞洲（中國內地除外））主題舉行員工大會，提供問答機會 訪問健合品牌資產、政策及材料以進行內部交流的內部網站 Zoom及Microsoft Teams上的虛擬公司簡介 公司通訊平台企業微信（WeCom） 結構化績效評估 健合網站及個別品牌網站的最新消息 內部培訓及活動（包括但不限於「全球質量週」、「全球社區日」、「全球健康週」） 提供最新消息的電郵或其他消息
消費者	<ul style="list-style-type: none"> 社交媒體賬戶，包括 領英、Facebook、Instagram、抖音及或Twitter 消費者反饋及服務熱線 客戶滿意度調查 健合網站及個別品牌網站 店內廣告及電郵 貿易展覽會
分銷商及零售商	<ul style="list-style-type: none"> 有關品牌產品的推廣活動及培訓 貿易展覽會 實地考察門店
股東、投資者及金融家	<ul style="list-style-type: none"> 年度股東大會及路演 年度及中期報告介紹以及網絡廣播 可持續發展報告 香港交易所的最新消息

利益相關方群體	我們的參與方式
供應商	<ul style="list-style-type: none"> 定期發送電子郵件、致電或訪問 貿易展覽會 - 展示及參加 供應商行為準則 分享年度業績及可持續發展報告以及最新消息 派發調查及報告文件
品牌大使	<ul style="list-style-type: none"> 分享本公司業績及發展的最新信息
當地社區	<ul style="list-style-type: none"> H&H公益基金、合生元母嬰救助基金以及社區計劃與合作夥伴關係
政府、監管機構及行業組織	<ul style="list-style-type: none"> 贊助、出席及/或參加行業協會會議、活動及會議 定期溝通以了解當前及預期的監管發展
媒體	<ul style="list-style-type: none"> 派發有關公司業績的新聞稿 邀請媒體參加品牌發佈

附錄5 – 方法

下面詳細介紹了我們準備碳足跡的方法。

二零二二年的溫室氣體計算主要基於實際活動，除了下文提到的通過外推法建模的數據外。健合集團的營運區域包括澳洲和新西蘭、中國內地、亞洲（不包括中國內地）、歐洲和北美。集團類型包括工廠、實驗室、倉庫、包裝設施和辦公室。在資料不足的情況下，我們使用下一個最具可比性的選項。所有員工的通勤數據均使用標準計算器來估算。我們的溫室氣體排放清單是基於企業碳核算與報告標準（“溫室氣體盤查議定書企業標準”）及其附加適用指南。

關於我們的方法和一些建模假設：

- 二零二二年，所有營運場所的團隊成員為 3,275（基於碳足跡的考慮，我們沒有計算遠程工作的團隊成員（二零二二年遠程工作人員不到 100）。
- 在二零二二年，我們擴大和增加數據收集，計算所有範圍三排放類別，包括：
 - 購買的商品和服務
 - 資產
 - 貨運
 - 差旅
 - 廢棄物。

- 溫室氣體類別「已售產品的使用」和「產品壽命結束」已被排除在足跡之外。
- 對於範圍一和範圍二，已進行了幾項推斷：
 - 針對中國內地所有區域辦事處的部分用電量，使用實際用電量的 84% 並從團隊成員推斷剩餘的 16%
 - 日內瓦和科克的二零二二年電力消耗、水和廢棄物的數據與二零二一年相同，因為這兩年的活動和周長是一致的
 - 二零二二年所有場所的製冷劑排放量均已包含在內，並使用平方米計算。
- 使用全球採購團隊提供的採購目的地國家，對所有劃分區域之間的全球數據進行建模。
- 法國和澳洲與新西蘭的用水量數據是根據其他辦公室的實際用水量和平方米推斷的
- 在二零二二年，美國根據兩種情況建模：
 - 電力、廢棄物和員工通勤的數據與二零二一年相同，因為這兩年的活動和周長是一致的
 - 其餘排放量的計算基於二零二二年的實際數據。

附錄6 – 監管標準

產品類型	澳洲及新西蘭*	中國內地	歐洲	英國	美國	亞洲(中國內地以外)
營養補充劑或傳統藥物	澳洲藥品管理局 (TGA - Australia) 澳洲競爭與消費者公署 (ACCC) Medsafe (新西蘭)			*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) 美國聯邦貿易委員會 (FTC)	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 (VFA)
保健食品	澳洲新西蘭食品管理局 (FSANZ) 澳洲競爭與消費者公署 (ACCC)	國家市場監督管理總局 (SAMR) 食品安全國家標準 (GB 標準) 中華人民共和國海關總署 (GACC) 中華人民共和國國家衛生健康委員會 (NHC)	歐洲食品安全局 (EFSA) 及/或國家機關	食物標準局 (FSA)	國食品藥品監督管理局 (FDA) 及美國農業部 (USDA) 美國聯邦貿易委員會 (FTC)	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 (VFA)
食品						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 (VFA)
嬰幼兒配方奶粉						美國食品藥品監督管理局 (FDA) 美國聯邦貿易委員會 (FTC)
(上述類型亦符合世衛守則)						
寵物食品	澳洲農藥獸醫藥局 (APVMA) 澳洲競爭與消費者公署 (ACCC)	中華人民共和國農業農村部 (MARA) 中華人民共和國海關總署 (GACC)	歐洲食品安全局 (EFSA) 以及各市場的國家機關	食物標準局 (FSA)	獸醫中心 (FDA – CVM) 美國飼料品管協會 (AAFCO) 美國聯邦貿易委員會 (FTC)	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)
護膚品	澳洲工業化學物質導入管理計劃 (AICIS) 澳洲競爭與消費者公署 (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 (如法國ANSM 及DGCCRF)	產品安全與標準辦公室 (OPSS)	美國食品藥品監督管理局 (FDA) 美國聯邦貿易委員會 (FTC)	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:越南食品管理局 (VFA) 及藥品管理局 (DAV)

附錄7 – 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)

健合已根據 GRI 標準呈報了二零二二年一月一日至二零二二年十二月三十一日期間的情況。

報告原則：GRI 1:基礎 2021 和香港聯交所環境、社會及管治報告指引。

二零二二年年報可於我們集團公司網站查閱(www.hh.global/#/InvestorRelations)。

GRI標準標題	GRI披露項	HKE披露項	主題	章節	備註
集團及其報告做法					
GRI 2: 一般披露 2021	2-1		組織名稱	關於本報告 全球業務範圍	
	2-2	強制披露要求> 報告範圍	組織永續報導中 包含的實體	關於本報告 附錄1 - 健合集團運營 實體	
	2-3		報導期間、頻率及 聯絡人	關於本報告 聯絡我們	
	2-4		資訊重編	減少環境足跡	
	2-5		外部保證/確信	關於本報告 附錄8 – 核驗聲明	
活動和員工					
GRI 2: 一般披露 2021	2-6		活動、價值鏈和其 他商業關係	歡迎來到健合集團 我們的價值鏈 加工與製造 提升健康意識 > 社區支持 與參與	
	2-7	B1.1	員工	集團員工 附錄2 – 有關員工的進一 步資料 支持社會公平發展 > 離職 率及留任	
	2-8		非員工的工作者	附錄2 – 有關員工的進一 步資料	

GRI標準標題	GRI披露項	HKE披露項	主題	章節	備註
管治					
GRI 2: 一般披露 2021	2-9		治理結構及組成	可持續發展管治 2022年報 - 董事及高級管 理層履歷	
	2-10		最高治理單位的提 名與遴選	2022年報 - 企業管治報告	
	2-11		最高治理單位的 主席	可持續發展管治 2022年報 - 董事及高級管 理層履歷	
	2-12		最高治理單位於監 督衝擊管理的角色	可持續發展管治 管理我們的影響	
	2-13		衝擊管理的負責人	可持續發展管治 管理我們的影響	
	2-14		最高治理單位於永 續報導的角色	可持續發展管治	
	2-15		利益衝突	可持續發展管治 2022年報 - 企業管治報告	
	2-16		溝通關鍵重大事件	可持續發展管治 管理我們的影響 完善企業管治	
	2-17		最高治理單位的群 體智識	可持續發展管治	
				2022年報 - 企業管治報告 > 董事會 > 持續的專業發展	
	2-18		最高治理單位的績 效評估	代理首席行政官致辭 (加強可持續發展治理)	我們遵守香港聯交所 上市規則的企業管治守 則。公司願意在未來探 索方法，以追求更高的 標準。
	2-19		薪酬政策	2022年報 - 企業管治報告 > 董事會/及薪酬委員會 可持續發展管治	
	2-20		薪酬決定流程	2022年報 - 企業管治報告 > 薪酬委員會	
	2-21		年度總薪酬比率	支持社會公平發展 > 薪酬 保障	

附錄7 – 披露索引 (接上文)

GRI標準標題	GRI披露項	HKEx披露項	主題	章節	備註
戰略、政策和做法					
GRI 2: 一般披露 2021	2-22	強制披露要求> 治理結構	永續發展策略的 聲明	主席致辭 代理首席行政官致辭	
	2-23		政策承諾	我們的可持續發展相關 政策 遵守聯合國全球契約十項 原則和可持續發展目標 支持社會公平發展 完善企業管治 原材料採購 加工與製造	
	2-24		納入政策承諾	我們的可持續發展相關 政策 支持社會公平發展 完善企業管治 原材料採購 加工與製造	
	2-25		補救負面衝擊的 程序	管理我們的影響 完善企業管治	
	2-26		尋求建議和提出疑 慮的機制	完善企業管治	
	2-27		法規遵循	2022年報 - 遵守法律法規 2022年報 - 重大法律程序	
	2-28		公協會的會員資格	我們加入的協會	
	利益相關方參與				
GRI 2: 一般披露 2021	2-29	強制性披露要 求>報告原則> 重要性	利害關係人議合 方針	確保重要議題與時並進 附錄4 – 利益相關方參與	
				2022年報 - 企業管治報 告 > 與股東及投資者關係 的溝通	
GRI 2: 一般披露 2021	2-30		團體協約	支持社會公平發展	

GRI標準標題	GRI披露項	HKEx披露項	主題	章節	備註
重大主題					
GRI 3: 重大主題 2021	3-1	強制性披露要 求>報告原則	決定重大主題的 流程	確保重要議題與時並進	
	3-2		重大主題列表	附錄3 – 重要議題	
	3-3		重大主題管理	確保重要議題與時並進 管理我們的影響	
提升健康意識					
社區影響和投資					
GRI 3: 重大主題 2021	3-3	B8, B8-1	重大主題管理	管理我們的影響 完善企業管治 > 社區支持 與參與	
GRI 201: 經濟績 效 2016	201-1	B8-2	組織所產生及分配 的直接經濟價值	關於本報告 全球業務範圍 完善企業管治 > 社區支持 與參與	
GRI 203: 間接經濟 衝擊 2016	203-1	B8-2	基礎設施的投資與 支援服務的發展 及衝擊	完善企業管治	
	203-2	B8-1	顯著的間接經濟 衝擊	完善企業管治	
GRI 413: 當地社區 2016	413-1		經當地社區議合、 衝擊評估和發展計 畫的營運活動	完善企業管治	
在消費者健康的創新					
GRI 3: 重大主題 2021	3-3		重大主題管理	管理我們的影響 創新	
其他			新產品發佈數量	創新 研究與開發	
其他			專利數量, 研發投 入, 合作	創新 研究與開發	
產品安全與質量					
GRI 3: 重大主題 2021	3-3	B6, B6-4	重大主題管理	管理我們的影響 質量管理	
GRI 416: 客戶健康 與安全 2016	416-1	B6-1, B6-2	評估產品和服務類 別對健康和安全的 衝擊	質量管理	
	416-2	B6	違反有關產品與服 務的健康和安全法 規之事件	質量管理	

附錄7 – 披露索引 (接上文)

GRI標準標題	GRI披露項	HKE披露項	主題	章節	備註
產品的可及性和可負擔性					
GRI 3: 重大主題 2021	3-3		重大主題管理	管理我們的影響 分銷>產品的可及性	
其他			面向消費者直接銷售的增長	分銷>產品的可及性	
其他			氣團產品覆蓋的新地區	分銷>產品的可及性	
消費者參與					
GRI 3: 重大主題 2021	3-3		重大主題管理	管理我們的影響 營銷>消費者參與	
其他			PPAE方法和消費者參與倡議	營銷>消費者參與	
盡責營銷(和標識)					
GRI 3: 重大主題 2021	3-3	B6	重大主題管理	管理我們的影響 營銷	
GRI 417: 行銷與標示 2016	417-2		未遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件	質量管理 > 營銷和標籤 合規	
	417-3		未遵循行銷傳播相關法規的事件	質量管理 > 營銷和標籤 合規	
產品的營養質量					
GRI 3: 重大主題 2021	3-3		重大主題管理	管理我們的影響 創新 營銷	
其他			植物基戰略	營銷 > 植物基戰略	
其他			低糖或無糖產品	營銷 > 產品的營養質量及 潔淨標籤	
其他			無添加人造糖	營銷 > 產品的營養質量及 潔淨標籤	
減少環境足跡					
溫室氣體排放和能源					
GRI 3: 重大主題 2021	3-3	A1, A1-5, A2, A2.3, A3, A3.1	重大主題管理	管理我們的影響 減少環境足跡 > 緒言 減少環境足跡 > 測量溫室 氣體排放 減少環境足跡 > 能源消耗	
GRI 305: 排放 2016	305-1	A1-2	直接(範疇一)溫室氣體排放	減少環境足跡 > 測量溫室 氣體排放	
	305-2	A1-2	能源間接(範疇二)溫室氣體排放	減少環境足跡 > 測量溫室 氣體排放	

GRI標準標題	GRI披露項	HKE披露項	主題	章節	備註
	305-3		其他間接(範疇三)溫室氣體排放	減少環境足跡 > 測量溫室 氣體排放	
	305-4	A1-2	溫室氣體排放強度	減少環境足跡 > 測量溫室 氣體排放	
	305-7	A1-1	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 > 測量我們的 氮氧化物(NOx)及硫氧化物(SOx)排放	
GRI 302: 能源 2016	302-1	A2-1	組織內部的能源消耗量	減少環境足跡>能源消耗	
	302-3	A2-1	能源密集度	減少環境足跡>能源消耗	
	302-4	A2-3	減少能源消耗	減少環境足跡 > 加強我們的 環境治理 減少環境足跡>能源消耗	
水管理					
GRI 3: 重大主題 2021	3-3	A2, A2-4	重大主題管理	管理我們的影響 減少環境足跡>緒言 減少環境足跡>水資源 管理	
GRI 303: 水與放流水 2018	303-1	A2, A2-4	共享水資源之相互影響報	減少環境足跡>水資源 管理	
GRI 303: 水與放流水 2018	303-2	A2, A2-4	與排水相關衝擊的管理	減少環境足跡>加強我們的 環境治理	
GRI 303: 水與放流水 2018	303-5	A2-2	耗水量	減少環境足跡>用水管理	
廢棄物管理					
GRI 3: 重大主題 2021	3-3	A1, A1-6, A2, A3	重大主題管理	管理我們的影響 減少環境足跡 > 緒言 減少環境足跡>廢棄物 管理	
GRI 306: 廢棄物 2020	306-1	A1, A1-6, A2, A3	廢棄物的產生與廢棄物相關顯著衝擊	減少環境足跡>廢棄物 管理	
GRI 306: 廢棄物 2020	306-2	A1, A1-6, A2, A3	廢棄物相關顯著衝擊之管理報	減少環境足跡>廢棄物 管理 包裝	
GRI 306: 廢棄物 2020	306-3	A1-3, A1-4	產生的廢棄物	減少環境足跡>廢棄物 管理	

附錄7 – 披露索引 (接上文)

GRI標準標題	GRI披露項	HKEx披露項	主題	章節	備註
GRI 306:廢棄物 2020	306-4		廢棄物的處置移轉	減少環境足跡>廢棄物管理	我們報告通過回收從處置中轉移的廢物的總重量。我們目前沒有資源或系統來提供更多細節。我們正在努力在未來的報告中納入相關細節。
GRI 306:廢棄物 2020	306-5		廢棄物的直接處置	減少環境足跡>廢棄物管理	我們報告進入垃圾填埋場的廢物總重量。我們目前沒有資源或系統來提供更多細節。我們正在努力在未來的報告中納入相關細節。
氣候風險					
GRI 3:重大主題 2021	3-3	A4, A4-1	重大主題管理	管理我們的影響 減少環境足跡> 氣候相關風險及機遇	
GRI 201: 經濟績效 2016	201-2	A4, A4-1	氣候變遷所產生的財務影響及其它風險與機會	減少環境足跡> 氣候相關風險及機遇	
土地管理和生物多樣性					
GRI 3:重大主題 2021	3-3	A2, A3, A3-1	重大主題管理	管理我們的影響 原材料採購	
GRI 304:生物多樣性 2016	304-2	A3-1	活動、產品及服務，對生物多樣性方面的顯著衝擊	原材料採購	我們目前沒有擁有資源或系統提供其他詳細資訊，但正在努力包括未來相關數據來報告。
可持續包裝					
GRI 3:重大主題 2021	3-3		重大主題管理	管理我們的影響 創新包裝	
GRI 301:物料 2016	301-1	A2-5	所用物料的重量或體積	包裝	不報告輸入材料 - 僅報告包裝材料，這是健合重大主題。報告提供了按材料類型劃分的包裝細目。
GRI 301:物料 2016	301-2		使用回收再利用的物料	包裝	不報告輸入材料 - 僅報告包裝材料，這是健合重大主題。

GRI標準標題	GRI披露項	HKEx披露項	主題	章節	備註
支持社會公平發展					
多元融合					
GRI 3:重大主題 2021	3-3	B1	重大主題管理	管理我們的影響 支持社會公平發展>多元化、公平和包容性	
GRI 404: 培訓和教育 2016	404-1	B3.2	每位員工每年的平均培訓時數	支持社會公平發展>培訓及發展	
GRI 405: 多元化與平等機會 2016	405-1	B1.1	管治機構與員工的多元化	可持續管治>董事會 支持社會公平發展>多元化、公平和包容性	
GRI 405: 多元化與平等機會 2016	405-2		女性對男性基本薪資與薪酬的比率	支持社會公平發展>多元化、公平和包容性	
GRI 406: 不歧視 2016	406-1		歧視事件以及組織採取的改善行動	支持社會公平發展>工作環境與其他福利	
		B1.2	按級別、年齡段和性別劃分的團隊成員	支持社會公平發展 > 離職率及留任情況	
		B3, B3.1	培訓和發展 - 培訓活動說明 - 按性別和員工類別分類的培訓員工百分比	支持社會公平發展 > 培訓及發展	
其他			育兒假	支持社會公平發展>育兒假	
健康、安全與福祉					
GRI 3:重大主題 2021	3-3	B2, B2-3	重大主題管理	管理我們的影響 支持社會公平發展	
GRI 403:安全衛生 2018	403-1	B2-3	職業安全衛生管理系統	支持社會公平發展>職業健康與安全	
GRI 403:安全衛生 2018	403-4		有關職業安全衛生之工作者參與、諮詢與溝通	支持社會公平發展>職業健康與安全	
GRI 403:安全衛生 2018	403-5		有關職業安全衛生之工作者訓練	支持社會公平發展>職業健康與安全	
GRI 403:安全衛生 2018	403-6		工作者健康促進	支持社會公平發展>工作環境和其他福利	
GRI 403:安全衛生 2018	403-8		職業安全衛生管理系統所涵蓋之工作者	支持社會公平發展>職業健康與安全	

附錄7 – 披露索引 (接上文)

GRI標準標題	GRI披露項	HKE披露項	主題	章節	備註
GRI 403:安全衛生 2018	403-9	B2-2	職業傷害	支持社會公平發展>職業 健康與安全	
		B2-1	因工死亡	支持社會公平發展>職業 健康與安全	
員工權利和現代奴隸制					
GRI 3:重大主題 2021	3-3	B1, B4, B4-1, B4-2	重大主題管理	管理我們的影響 支持社會公平發展 原材料採購 加工與製造	
GRI 407:結社自由 與團體協商 2016	407-1		可能面臨結社自由 及團體協商風險的 營運據點或供應商	支持社會公平發展 加工與製造	
GRI 408:童工 2016	408-1		營運據點和供應 商使用童工之重 大風險	支持社會公平發展 加工與製造	
GRI 409:強迫或強 制勞動 2016	409-1		具強迫或強制勞動 事件重大風險的運 營據點和供應商	支持社會公平發展 加工與製造	
動物福利					
GRI 3:重大主題 2021	3-3		重大主題管理	管理我們的影響 原材料採購 > 動物福利	
其他			我們最大的乳製品 供應商的動物福利	原材料採購 > 動物福利	
			零殘忍認證	原材料採購>動物福利	
			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	營銷>植物基戰略	
完善企業管治					
戰略與願景					
GRI 3:重大主題 2021	3-3		重大主題管理	戰略與願景	
其他			戰略舉措的定性 披露	戰略與願景	
道德、正直和信任					
GRI 3:重大主題 2021	3-3	B7, B7-2, B7-3	重大主題管理	管理我們的影響 完善企業管治	
GRI 205:反貪腐 2016	205-1		已進行貪腐風險評 估的營運據點要求	完善企業管治>道德、誠信 與信任	

GRI標準標題	GRI披露項	HKE披露項	主題	章節	備註
GRI 205:反貪腐 2016	205-2	B7-3	有關反貪腐政策和 程序的溝通及訓練	完善企業管治>道德、誠信 與信任	2022年報 - 企業管治報告 >風險管理及內部監控
GRI 205:反貪腐 2016	205-3	B7-1	已確認的貪腐事件 及採取的行動 與遵守和保護知識 產權有關的做法	完善企業管治>道德、誠信 與信任>反舞弊及舉報	
		B6-3	與遵守和保護知識 產權有關的做法	完善企業管治>知識產權	
風險管理					
GRI 3:重大主題 2021	3-3		重大主題管理	管理我們的影響 完善企業管治> 風險管理	2022年報 - 企業管治報告 >風險管理和內部控制
其他			風險管理系統說明	完善企業管治> 風險管理	2022年報 - 企業管治報告 >風險管理和內部控制
合規與政府關係					
GRI 3:重大主題 2021	3-3	B7	重大主題管理	管理我們的影響 完善企業管治	
GRI 415:公共政策 2016	415-1		政治捐獻	完善企業管治>政府事務	
數據隱私與安全					
GRI 3:重大主題 2021	3-3	B6, B6-5	重大主題管理	管理我們的影響 完善企業管治>數據隱私 與安全	
GRI 418:客戶隱私 2016	418-1		經證實侵犯客戶隱 私或遺失客戶資料 的投訴	完善企業管治>數據隱私 與安全	
供應鏈管治、供應商關係與延續性					
GRI 3:重大主題 2021	3-3	B5, B5-2, B5- 3, B5-4	重大主題管理	管理我們的影響 原材料採購 加工與製造	
GRI 308:供應商環 境評估 2016	308-1	B5-2	使用環境標準篩選 新供應商	加工與製造	
GRI 308:供應商環 境評估 2016	308-2	B5-3	供應鏈中負面的環 境衝擊以及所採取 的行動	加工與製造	

附錄7 – 披露索引 (接上文)

GRI標準標題	GRI披露項	HKEx披露項	主題	章節	備註
GRI 414: 供應商社會評估 2016	414-1	B5-2	使用社會標準篩選新供應商	加工與製造	
GRI 414: 供應商社會評估 2016	414-2	B5-3	供應鏈中負面的社會衝擊以及所採取的行動	加工與製造	
		B5-1	地理劃分的供應商數量	加工與製造	

附錄8 – 核驗聲明

獨立審驗聲明

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2022》(「《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的形式向《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。

附錄8 – 核驗聲明 (接上文)

- 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:
 - 可再生電力消耗總量
 - 汽油消耗總量
 - 廢棄物堆填總量
 - 亞洲地區供應商佔總百分比
 - 接獲產品投訴總宗數
 - 中國內地團隊成員接受合規培訓的比例
- 中國節能皓信(香港)審驗的時間範圍僅限於2022年1月1日至2022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)的資料和數據所作成之結論,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,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,通過重要性評估、年度員工調查和投資者認知研究等其他日常利益相關方參與渠道,積極與其開展溝通。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

健合集團于2022年已對《可持續發展報告》進行了重要性評估並收集了主要利益相關方的意見。適當的方法包括「雙重重要性」已被採用以識別

重要議題,《可持續發展報告》中亦說明了重要性評估的過程和結果。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

健合集團已識別、監測、測量和評估其與可持續發展相關的影響。多樣性、平等與包容性足跡、碳足跡、年度員工調查和投資者認知研究等已被用於評估其影響。此外,對經濟、環境和人的影響的重要性,也被納入到重要性議題評估的結果之中。這些識別到的影響有助於修訂未來幾年的可持續發展戰略,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。



2023年3月31日
中國香港特別行政區

