

健康幸福每一



liby立白
健康幸福每一家

立白集团社会责任报告

2016

第一版



立白集团董事长兼总裁
陈凯旋

2014年是立白集团成立20周年。回顾20年来的成长之路，从默默无闻到今天的日化龙头企业，外界一直试图去探寻立白崛起的密码。正如我常常说的，是立白的好文化造就了立白的百亿企业。

而我们文化的核心恰恰就是“责任”二字。

20年是一个继往开来的节点，“责任”打造了立白发展的沃土，也将是百年立白大业最坚实的根基。

回想立白成立之初，我们作为私营企业遭遇了很大的信任危机。我和几个创业伙伴在市场上挨家挨户去推销产品时经常遭人白眼，有的经销商会说：“私人企业不放心，产品质量没保证，服务跟不上，又不知道能做多久。”供应商也担心立白买货不给钱。1997年我们打算在广东番禺建设立白第一个生产基地时，当地的农民也担心立白作为化工企业会污染他们的农田，庄稼和正常生活，准备上访……

这些经历让我在立白成立之初就定下一个规矩：立白在经营上一定要讲信誉，讲道德，守法经营，以质取胜，做一个负责任的公司，用我们的行动来改变外界种种对私营企业的偏见。这

也成为立白文化和立白企业社会责任的雏形。

如果说在事业刚刚起步的时候，我们起早贪黑是为了多卖产品，随着事业逐渐扩张，当立白集团已经成为中国日化行业的领军企业时，我时常在问自己一个问题：我们为何而办企业？

其实答案一直伴随着我们的成长壮大：那就是要为员工谋幸福，为合作伙伴谋发展，为消费者提供更安全，健康，环保的产品，为社会做出更大贡献——正如我们的使命所高度概括的：健康幸福每一家！

感恩心、责任感和一家亲是立白企业文化的核心：我们将立白所有利益相关方都视作家人对待，因为心怀感恩，所以身负责任。

这种一家亲文化不仅在内部统领了立白方方面面的工作，也感染了我们成千上万的合作伙伴。正因为如此，我们才能获得员工，消费者，合作伙伴和公众的信任和广泛认可。正所谓，得人心者得天下。我们希望更多的人能够认同我们的文化和价值观。如果能将之发展成为社会的风气，和谐社会必将实现。



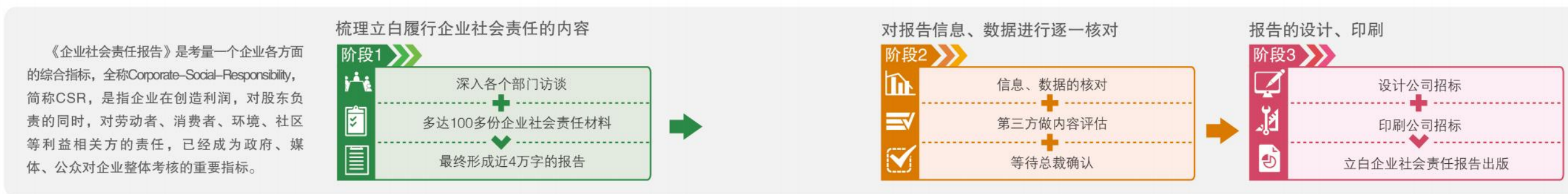
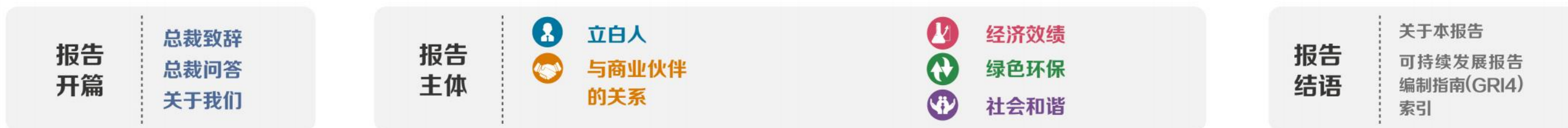
总裁致辞



总裁问答



关于我们





立白集团董事长兼总裁
陈凯旋

Q

回顾立白20多年不平凡的旅程，您认为立白的生存发展之道是什么？是什么信念支撑您走到现在的？

A

立白集团从默默无闻到今天的民族日化龙头企业，我觉得是好文化造就了立白今天的成果。“一家亲”是立白企业文化的核心：我们将立白所有利益相关方都视作家人对待，因为心怀感恩，所以身负责任。这种一家亲文化不仅在内部统领了立白方方面面的工作，也感染了我们成千上万的合作伙伴。正因为如此，我们才能获得员工、消费者、合作伙伴和公众的信任和广泛认可。希望未来有更多的人认同立白的这种企业文化和价值观。

立白发展到现阶段，做大做强民族大日化的信念支撑着我们立白人不断努力工作，经过20多年的精耕细作，立白集团企业规模不断发展壮大。作为洗涤行业的领军企业，立白集团一直致力于洗涤产品的可持续发展，从产品的价值链开始考虑和执行可持续性发展。因此，在未来，谋求企业与环境、社会的和谐发展也将成为立白发展的重要信念。

从2011年开始，立白集团实施了走出去、引进来和自主创新三大战略，与国际、国内高校院所开展生物酶制剂的研究与应用，与国内知名院校、科研院所和国际知名企业开展战略合作进行精细高分子的研究与应用、发展纳米材料和绿色表面活性剂的研究与开发，开展洗涤剂浓缩增效技术的开发和产业化，致力于对环境友好、节能环保、具有良好使用价值和经济效益的核心新材料、新技术的开发和应用研究，未来将重点发展节能环保、新型材料等战略性新兴产业。

Q

作为一家民营企业，您一直在强调立白的发展就是为员工谋幸福，为合作伙伴谋发展，为消费者提供更安全，健康，环保的产品，为社会做出更大贡献。您如何看待企业发展中实现经济、环境和社会效益三方面的平衡？

A

衡量一家企业是否成功，除了看收入规模，还要看这家企业是否具有社会责任感。我觉得，一个负责任的企业既要对股东、员工、经销商、消费者等利益相关方负责，又要对社会和环境负责。长期以来，立白人始终以立信、立责、立质、立真、立先为核心价值观，对消费者、对客户、对员工、对社会、对国家、对企业负责。

A

在履行社会责任方面，立白集团一直坚持内外兼修。对内，公司夯实科研创新能力，用良心产品履行对消费者的责任；对外，与员工、经销商、消费者等利益相关方共生共成长，并且“身体力行”投入多项公益事业，将“绿色”环保理念融入企业运营的血脉中，朝着百年企业的目标前进。

这些年来，立白集团在履行社会责任方面坚持的是“责任感文化”。这个责任感包括我们对消费者、对客户、对员工、对社会、对环境、对国家、对企业的责任。比如，20多年来，我们坚持为消费者提供更健康、安全、高附加值的高品质产品，让每个家庭生活更健康、更幸福；为客户提供品牌、市场、荣誉和利益，帮助客户做强做大；成立“立白关爱基金”，为有困难的员工及其家属提供帮助，并帮助员工进步、成长实现个人价值；我们以振兴民族日化为己任，为社会发展多做贡献；作为日化企业，我们实施清洁生产，实现废水、废气零排放，产品更低碳、更环保。

发展中的立白集团一直积极的履行着企业公民的社会责任，长期致力于扶困助学、关爱留守儿童、关心弱势群体、抗震救灾等慈善活动。迄今，立白集团累计为公益慈善事业捐款了两个多亿。

Q

在新常态下，面对更多市场和环境挑战，您有压力吗？

A

有压力才有动力嘛。

未来，在新常态环境下，我们的发展目标很明晰：通过科技创新提升产品本身的功能，为中国消费者提供更好、更贴心的服务，同时也关注消费者所处的环境，关注社会的可持续发展，打造环境友好型日化企业。

近年来，我们也一直致力于开发满足消费者需求和减少对环境影响的产品。比如，立白洗衣液讲究洗护合一，立白洗衣粉讲究洁白不伤手，立白洗衣皂讲究耐用不伤手，立白洗洁精讲究不伤手、无残留等等。

目前，我们与全球几大原材料公司的合作，重点围绕生物技术的高效应用、减少化学品的使用、提高产品的安全性和减少对环境影响等多方面展开。立白将扩大在生物技术应用方面的技术和能力，为中国消费者提供更多具有差异化的高效环保型产品。我们也希望通过这个产品的推出不仅能够满足更多消费者的使用需求，同时能够推动国内洗涤行业的进步。

Q

对于立白的未来，你有哪些愿景？未来的发展中，立白如何创造共享价值？

A

创立一个民族品牌并让它可持续发展、做专做强做大民族大日化——这是立白集团正在做并且未来都会坚持的发展思路。

未来，围绕“大日化”战略，立白集团会开展一系列的创新工作。比如，对消费者需求保持敏锐的洞察力，高效率的开发出能够满足消费者日益多元化需求的产品；另一方面对立白集团已有的“明星产品”根据市场需求不断升级。此外，对绿色、环保产品的开发运用，推动日化行业的可持续发展也是未来我们工作的一个方向。

在未来的发展中，立白集团继续通过研发创新，推动中国日化行业的发展，为社会创造共享价值。我们每年在科技研发方面投入、开展研究项目均在递增。立白集团承担了省级部门立项项目5项，市级部门立项项目4项，区级部门立项项目6项，这些科研项目响应了国家建设节约型社会的倡导。立白自主研发了更省水、易溶解、更好保护衣物纤维的产品，在工厂管理上积极推行节约生产、循环生产、安全生产和清洁生产，追求生产无污染、产品质量有保障、能源和水资源循环利用等共赢目标。

“健康幸福每一家”是立白集团的追求目标，立白始终将健康、关爱的精神理念渗透到生产、销售的每一个环节，倡导健康的生活方式，始终致力于为消费者提供优质的产品，呵护消费者的安全与健康。



关于我们

- ▶ 立白集团简介
- ▶ 组织架构
- ▶ 立白集团发展历程
- ▶ “一家亲”企业文化
- ▶ 立白党建



广州立白企业集团有限公司是国内日化龙头企业，创建于1994年，总部位于广州。主营民生离不开的日化产品，产品范围涵盖“织物洗护、餐具洗涤、消杀、家居清洁、空气清新、口腔护理、身体清洁、头发护理、肌肤护理及化妆品”等九大类几百个品种，营销网络星罗棋布，遍布全国各省（区）、直辖市。

面向国际化、现代化的立白，在一家亲文化的统领下，以“世界名牌、百年立白”为愿景，以“健康幸福每一家”为使命，以“立信、立责、立质、立真、立先”为价值观，围绕做专做强做大民族大日化总战略目标开展工作，努力为消费者提供更安全、更健康、更环保、更优质、更符合需求的产品。

立白集团简介

广州立白企业集团有限公司是国内日化龙头企业，创建于1994年，总部位于广州市。主营民生离不开的日化产品，产品范围涵盖“织物洗护、餐具洗涤、消杀、家居清洁、空气清新、口腔护理、身体清洁、头发护理、肌肤护理及化妆品”等九大类几百个品种。

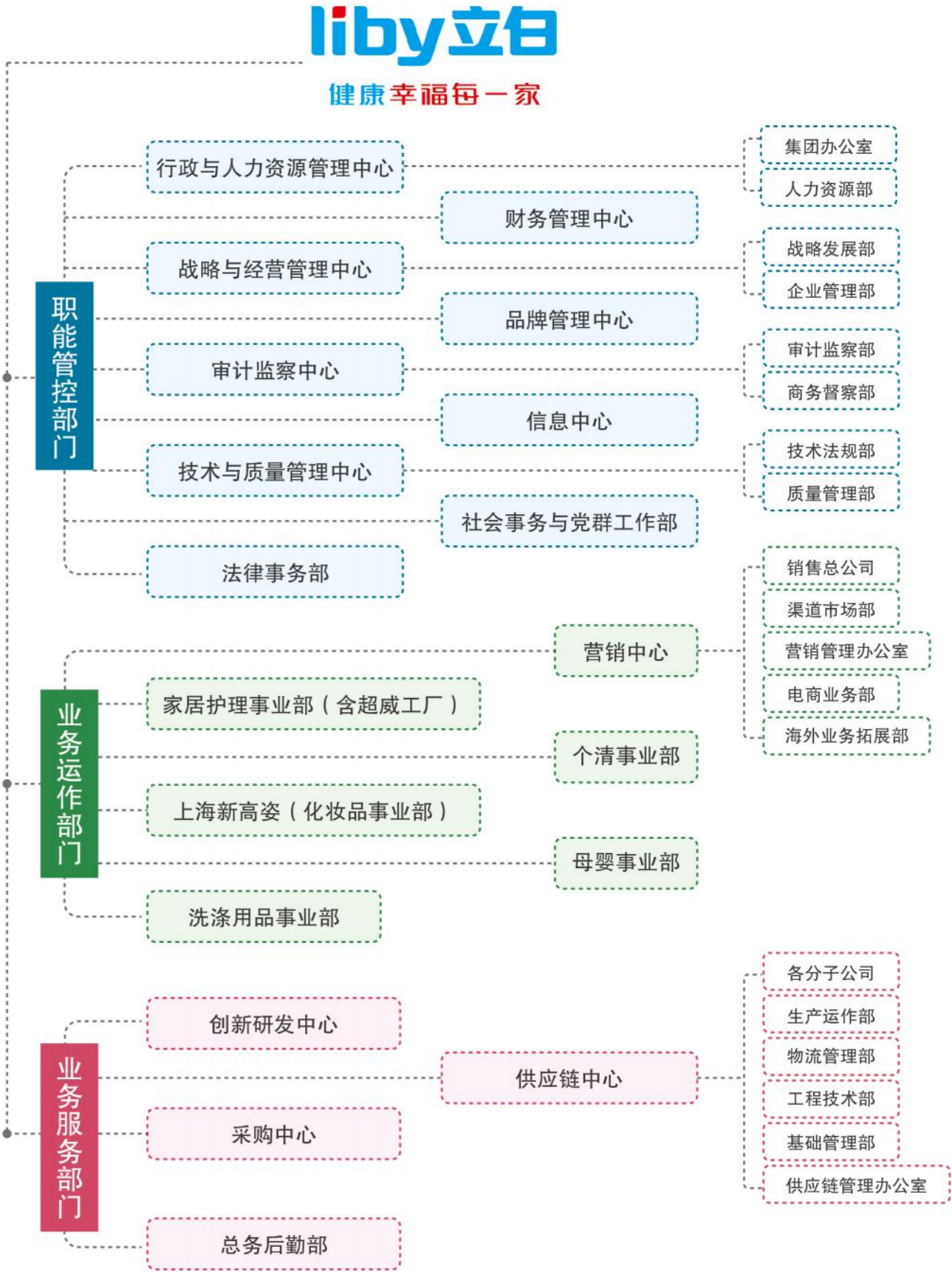
立白的发展得到政府和社会各界的广泛认可，先后荣获了“中国优秀民营企业”、“全国守合同重信用企业”、“中国优秀诚信企业”、“中国最具市场竞争力品牌”、“中国工业先锋示范单位”、“中国绿效企业最佳典范奖”、“中国100佳自主品牌”等各种世界级、国家级荣誉一百余项，立白已成为民族日化工业的一面旗帜。



作为勇于担当社会责任的企业公民，立白始终以消费者为中心，通过科技创新，实现节能减排和清洁生产，为消费者提供更安全、健康、低碳、环保、卫生的产品，谋求人和自然环境健康和谐共存，实现地球生态环境的可持续性发展，让消费者生活得更好，让中国更美丽。

立白时刻牢记使命，感恩共产党，拥护共产党，为构建和谐社会建功立业。面向国际化、现代化的

立白，在立白一家亲文化的统领下，以“世界名牌、百年立白”为愿景，以“健康幸福每一家”为使命，以“立信、立责、立质、立真、立先”为价值观，围绕做专做强做大民族大日化总战略目标开展工作，努力为消费者提供更安全、更健康、更环保、更优质、更有附加值、更符合需求的产品，健康幸福每一家，实现产业报国，为国家争光，为民族争气，为构建社会主义和谐社会做出更大的贡献！



立白集团发展历程



“一家亲”企业文化

立白“一家亲”文化理念体系



立白为何能在外资品牌林立的中国日化市场独占鳌头，在各个发展阶段突破瓶颈？

为什么立白的消费者信任立白、支持立白？

正如立白总裁陈凯旋经常讲到的：“立白的成功是因为立白有好的文化，好文化造就了百亿企业。”

为什么近2千家合作伙伴愿意与立白同心同德、共同创业、共同发展？

为什么优秀人才愿意加入立白、扎根立白？



钱文忠先生在立白讲国学

立白文化融合了中国传统文化、粤商文化、潮汕文化，是立白人20年来做人做事的真实写照和行为准则，是立白的核心竞争力，也是立白长远发展的传家宝。它的核心就是一家人一家亲、感恩和责任感。立白从一开始就跟员工、合作伙伴一家人一家亲，把顾客当成亲人、恩人、心怀感恩，时时刻刻都怀着高度的责任感做事，也正是抱着这些朴素的想法，上至总裁下至普通员工二十年如一日的坚持，成就了今天立白的辉煌。

立白的“一家亲”文化将员工，合作伙伴，消费者……所有立白利益相关方都视作家人，一路走来，对所有的家人都心怀感恩；没有他们，就没有立白今天的成就。滴水之恩，涌泉相报，立白的使命也就是成就这个大家庭中每一位成员的幸福人生。

员工如何理解立白文化：

“我认为立白文化有两个特点：一是“善”。公司文化让每个人往好的方面发展；第二是“责”，我很佩服立白和当家人，对社会，员工都有高度的责任感，这也是我的动力。”

——立白集团信息与知识管理部仇恒成

员工如何理解立白的“十颗心”：

立白文化中给我印象最为深刻的是十颗心文化，不仅是在工作上，我觉得这十颗心是一个企业在教员工做人的道理，能真正领悟这十颗心的含义，做人也就成功了一半，这对人的一生都将有着重要的意义。

——马鞍山立白工程设备科李晓娟

立白人愿景
世界品牌，百年立白

立白人使命
健康幸福每一家

立白人价值观
五立——立信、立责、立质、立真、立先

立白人经营理念
改革、创新、快速、高效

立白人十颗心
爱国心、感恩心、亲缘心、分享心、利他心
包容心、简朴心、平常心、自省心、自信心

立白人传统精神
拼搏进取，勤劳节俭，艰苦奋斗，敢为人先，敢于超越；
忠孝仁义，低调谦虚，求真务实，永不言败，永远创业。

“一家亲” 核心文化

日行一善

立白号召全体员工积极践行“十颗心”中的“利他心”，对家人，对朋友，对同事，对商业伙伴，对身边的人每天做一件善事，真心实意，不求回报，成就幸福人生。为此，立白编制了《日行一善》的口袋书，员工人手一册。



立白党建

立白集团高度重视党的工作。自2001年起，先后成立了党委、纪委、工会、团委、妇委会、统战部、武装部和预备役警卫调整连，成为了全国党的组织架构最健全的非公企业。成立党委以来，立白党建从无到有、从弱到强，紧密围绕企业生产经营开展工作，把党建与企业文化建设完美融合，以三维党建为抓手，以青春激活党建、用时尚丰富党建，锐意进取、大胆创新，结合集团实际和员工特点，打造了“活力党建、效能党建和幸福党建”，以极大的决心、坚定的毅力，在加强建设、扩大覆盖、提升效果的道路上不断壮大、快速发展。通过探索加强非公有制企业党建工作的有效途径，逐渐走出了一条具有立白特色的党建道路，形成了立白的“一家亲”党建工作模式，有效凝聚了团队，推动了企业发展。



2012年在全国非公有制企业党建工作会议上，习近平同志接见立白集团党委书记许晓东。



立白党委

立白集团党组织成立于2001年，2008年成立党委。集团党委下设9个党支部，集团总部党员420余名，占总部员工人数的20%。立白党委自成立以来，积极开展员工思想工作，引导员工爱岗敬业、无私奉献，团结带领党员发挥了共产党员的先锋模范作用。多年来，在立白党委领导下，各级党的群团组织带动党员群众围绕党组织开展各项活动，走上社会，树起党的旗帜、点亮党员身份，弘扬主旋律，开展了贫困帮扶、科普促销、爱心关怀等活动，把党组织的作用辐射到社会和各界群众，受到了各级政府、党组织和社会各界的广泛关注，先后荣获“全国非公有制企业双强百佳党组织”、“全国民营企业思想政治工作先进单位”等荣誉称号，被中组部选定为十大优秀非公党组织典型，向全国宣传推广。



集团党委着力教育引导党员发挥作用，积极向社会献爱心，立白集团党委先后组织党员赴广东、广西、四川、贵州等贫困县区，向困难村民伸出援手。立白集团党委被广东省委统战部、省工商联授予扶贫济困回报社会突出贡献奖。

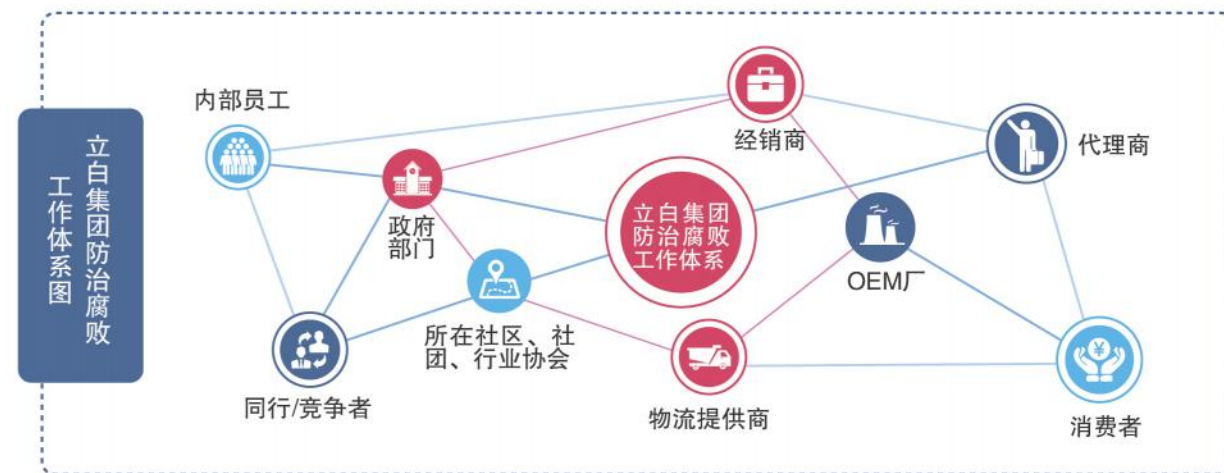
立白党委的“党员小分队”，多次前往偏远山区、销售一线，帮助经销商开展科普促销活动，进一步加强了经销商与集团党委的联系，扩大了立白党组织影响。



2008年立白集团成立党委

立白纪委

立白集团纪委成立于2008年，2012年被中纪委确定为直接联系点，同时也是省委常委、省纪委书记的直接联系点。立白纪委坚持“一二三防腐战略目标”，落实“四不”防腐举措“横坐标”、严格监督十大业务流程“纵坐标”，建立了“防治腐败评价指标体系”。成立以来，纪委认真履行监督责任，宣传反腐倡廉政策，加强员工教育，利用多种手段增强员工反腐防腐意识，同时积极协助司法机关查处违法违纪案件，营造了风清气正的氛围。



广东省常委、省纪委书记黄先耀到立白



全国非公有制企业防治腐败座谈会



立白集团廉洁从业宣传贯彻会

立白工会

立白集团2002年成立了工会。立白集团工会认真履行职责，依法维护员工各项合法权益，搭建集团经营管理层与员工之间沟通交流的平台，积极推进员工参与企业管理，在集团实行了职代会制度，涉及员工利益的管理流程，都要经过职代会讨论通过才能施行。集团工会成立以来，先后获得“全国工人先锋号”、“全国厂务民主管理先进单位”等荣誉称号。



立白集团工会职代会

立白团委

立白团委成立于2012年，是广州市两新组织团工委委员单位。作为立白集团最活跃、最有活力的组织之一，立白团委以青年员工为主要服务对象，创造性地开展思想政治教育和团队培养建设等工作，贴近青年生活、贴近时代潮流、贴近社会时尚，通过各种青年喜闻乐见、踊跃参与的创意时尚和爱心公益活动，引导青年增强社会意识、责任意识，把青年的青春能量、激情活力转化为爱岗敬业、奉献社会的实际行动，帮助青年发挥青春活力、实现个人价值。集团第一任团委书记陈泽鑫同志被共青团中央评为“全国优秀共青团员”，集团青年研发团队被评为广州市青工“五小”优秀项目。立白团委组建的“关爱留守儿童志愿者服务队”，组织青年员工把立白爱心传播到了广西、广东的偏远贫困山区，让青年“现身说法”，真正把肩负社会责任、热心公益奉献作为实现人生价值的重要途径。



2012年立白集团成立团委



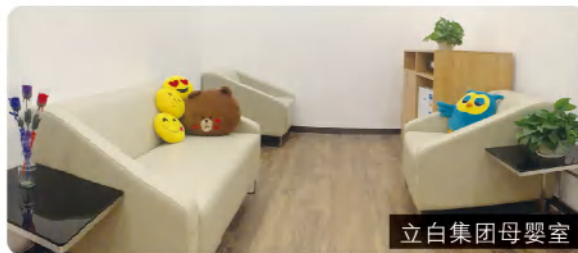
立白集团青年活动

立白妇委会

立白集团的妇女工作一直走在全国非公有制企业的前列。围绕女性需求，不断加强集团妇女工作，维护女职工的合法权益，开展了多项女员工关爱活动，如历年三八节系列活动、设立母婴室等，获得了集团女员工一致欢迎。荣获广州市“三八红旗集体”等荣誉称号，多名优秀女员工荣获广东省“三八红旗手”和广州市“三八红旗手”等荣誉称号。



三八妇女节系列活动插花



立白集团母婴室

立白统战部

2011年我们成立了广东省第一家非公企业党委统战部，也是省委常委、省委统战部部长的直接联系点。党委统战部除积极宣传党的方针政策外，还搭建了各阶层员工与集团高层的信息交流平台，充分发挥联接纽带作用，把党的作用辐射到各个阶层，积极引导民主人士和知识分子，履行职责、参与管理。



立白集团赞助致公党大型粤剧《司徒美堂》公演



2016年统战人士座谈会



广东省委统战部部长林雄到访立白

立白武装部、预备役警卫调整连

成立于2007年的立白武装部，是广州市迄今唯一一家非公企业人民武装部。2015年组建预备役警卫调整连，使立白集团成为全国第一个拥有成建制预备役部队的民营企业。立白集团武装部和预备役警卫调整连成立后，武装部组织退转军人负责企业安保、协助部队和公安机关维护社会秩序、参与军企共建，国防建设、社会安定等工作，在南方冰雪灾害和广州亚运会的安保工作中都做出了突出的贡献；预备役警卫调整连战时担负着广东省预备役高射炮兵师机关的警卫工作勤务，日常肩负应急、维稳、抢险救灾等支援任务。

2007年立白集团武装部派民兵参加广东省军区高炮射击演习，取得首发命中的优秀成绩，受到广东省军区广州警备区领导的嘉奖。



参与亚运安保工作



集团武装部积极参与广州亚运会安保工作，是唯一一家参与亚运安保工作的民营企业。



参加军演保障工作



立白集团武装部派民兵参加广东省军区高炮射击演习



立白人

- ▶ 员工结构
- ▶ 员工满意度调查
- ▶ 了解员工心声
- ▶ 员工关爱
- ▶ 职业发展
- ▶ 鼓励自主创新

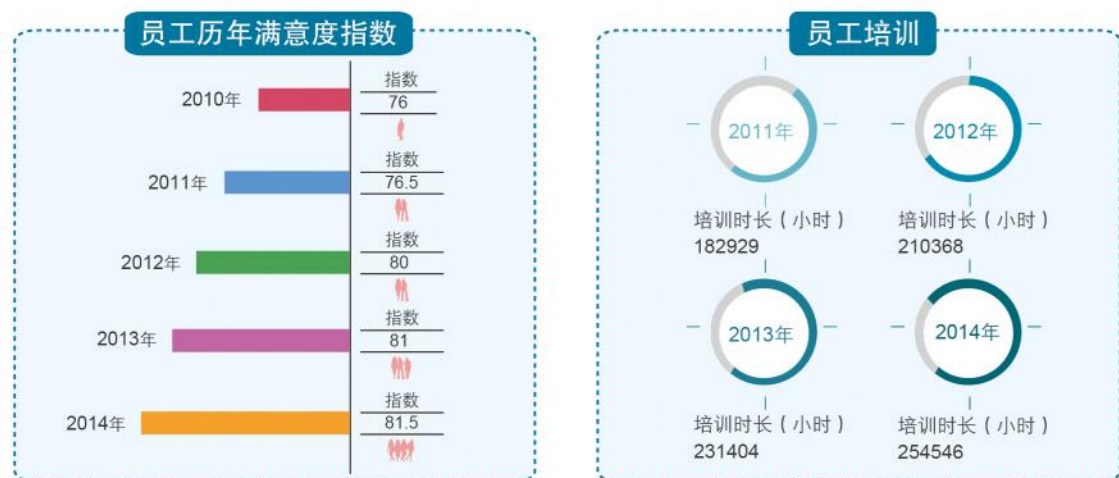


“追求员工物质与精神两方面幸福”是立白的首要使命。对很多员工来说，立白是他们毕业后第一份工作。在这个充满关爱的大家庭里，他们成家立业，结婚生子，又纷纷组建了自己的小家庭，成就了一番事业。截至2015年，立白拥有员工1万多人，有307位员工已经在立白工作超过10年。



员工满意度调查及行动

从2006年起，立白每年对员工进行满意度调查，对调查中发现的问题和员工提出的建议，人力资源部将召集问题涉及部门举行“年度满意度调查结果汇报及沟通会”，共同讨论、确认问题的原因、解决措施，形成会议决议后进行改进。



了解员工心声

关爱员工，从了解员工的需求开始。立白通过多元化渠道，认真倾听每位员工的心声，了解他们在生活工作中遇到的困难，听取他们对立白发展的建议。



每日早会制

立白每天实行由总裁主持的集团早会和部门早会两级早会制度，通过早会的信息共享，及时掌握和沟通立白运营管理情况，发现问题、解决问题；加强高层领导与中层领导、中层领导和员工之间的沟通。



每月两级谈心制

2010年11月立白建立了两级谈心制，每月由部门领导与部门内所有员工进行一对一，面对面的沟通，为员工解决最实际的工作和生活问题并听取对部门的改进建议。



每月人才访谈制

“人才访谈制”由人力资源部对关键人才直接沟通，关心和了解他们的工作与生活状况，帮助他们解决工作、生活、心态、家庭中遇到的各种困难、困惑，聆听人才对公司建设发展的意见和建议。

员工关爱



医疗援助小组

除全员覆盖的医疗保险，入职体检和年度体检外，立白于2012年6月成立医疗援助小组，为员工及其直系亲属遭遇的36种重大疾病提供最好的医院和医生资源。目前已有237名员工接受了医疗援助。



员工关爱基金

2009年2月，立白总裁陈凯旋、第一副总裁陈凯臣出资200万元，以个人名义成立员工关爱基金会，对遭受重大疾病、意外伤害或家庭困难的员工及其父母、配偶、子女进行专项援助，关爱范围达5万多人，新员工入职的当月即被纳入关爱基金关爱的范畴。



220万元

截止2015年底，立白员工关爱基金会共对150多名员工或其亲属进行了援助，金额超过220万元，及时帮助员工解决了燃眉之急。

除此以外，互帮互助也是立白的优良传统。立白集团销售总公司一位大篷车司机母亲出了车祸，急需大笔医疗费用，销售总公司在了解情况后，立即通过微信发出捐款倡议，两天内就筹集善款20多万元。



准妈妈关爱行动

截至到目前，有超过800位女性员工在立白工作期间孕育了小生命。为了向这些准妈妈提供工作和生活的关怀，立白向全体员工提倡“准妈妈关爱行动”。

在立白中心的每个办公楼层均设立了母婴室配备冰箱、微波炉、沙发等设施，方便孕期、哺乳区的女员工休息。此外立白集团为准妈妈专门开通午餐绿色通道，并将她们的午餐时间提前，以避开用餐高峰期。

并且倡导全体员工为准妈妈提供力所能及的便利和关爱，如在上下班高峰期，优先礼让怀孕员工进出电梯。

给予更多的问候，尽量避免安排怀孕员工从事接触有害物质和重体力工作，时刻传递关爱之情等等。



员工活动中心

立白为员工提供了3千多平米的员工活动中心，免费提供游泳池、羽毛球、篮球、乒乓球、台球、瑜伽、健美操、中国舞、形体课、爵士舞、书画室等健身设施和课程，让员工可以在业余时间锻炼身体，放松身心。

2012年9月，广东致公书画院立白创作基地在立白员工活动中心揭牌成立，这体现立白对艺术发展的大力支持，广东致公书画院的老师们定期为立白书画爱好者进行培训，如邀请中国书法家协会会员陈立华等知名书画家为员工开设国画班、隶书班和楷书班等不同的兴趣班，陶冶员工艺术情操。



立白人



与商业伙伴的关系



经济绩效



绿色环保



社会和谐



总裁向员工派新年利是



歌唱比赛



员工运动会



“亲子日”活动



员工活动中心乒乓球室



员工活动中心舞蹈室

员工实例

2010年7月，应届大学毕业生宋志强进入立白，进入立白仅半个月，在外地工作的父亲突遭车祸，客死他乡。担心影响宋志强的工作，母亲强忍内心的伤痛，独自料理丧事。父亲的离世对宋家人来说是致命的打击，特别是原本身体状况欠佳的母亲，过度的悲伤和操劳使身体不堪重负，在不久之后患上急性肝坏死的绝症，医生发出病危通知书。得知噩耗的宋志强迅速赶回家中，8天后，宋志强母亲在医院去世。

短短几个月间连失双亲，这岂是两个孩子能承受之重？作为长子，作为兄长，刚踏出校园的宋志强此时此刻要挑起家庭的重担，照顾年仅4岁的妹妹。集团领导在了解到宋志强的相关情况之后，迅速将情况反映给员工关爱基金会，关爱基金会迅速做出决议，对宋志强援助3万元，帮助他解决了燃眉之急。吉林省区经理代表集团赶往宋志强家中，支付了其母医疗费用，并帮助料理后事，还每日一个电话劝解和宽慰，帮助他度过最困难的时期。

然而宋志强的家庭遭遇仍时时牵动着集团领导的心。考虑到他只是一个刚毕业的学生，双亲离世还有年幼的妹妹需要抚养，他自身的经济能力要支撑起家庭的重担还比较困难，2011年2月，关爱基金委员会决定再次对其进行1.6万元援助。立白还专人帮助宋志强安排妹妹的读书事宜。每逢过节，宋志强的直接领导都会邀请他来到家里一起过节，帮助他订票，给妹妹带去礼物。关注她的成长。刚走入社会就经历了人生的重大波折，但宋志强幸运地得到了立白大家庭的关怀，抵抗住命运的挑战。

屋漏偏逢连夜雨，2014年，宋志强妹妹在玩耍中失手推倒同学，造成该同学脸部严重受伤，在医院缝了十几针后需整形治疗。这对宋志强而言，又是一笔庞大的费用负担，使原本清贫的家庭更加捉襟见肘。在了解事情的经过后，陈凯旋总裁破例为宋志强100%调薪，以此帮扶宋氏兄妹渡过难关。

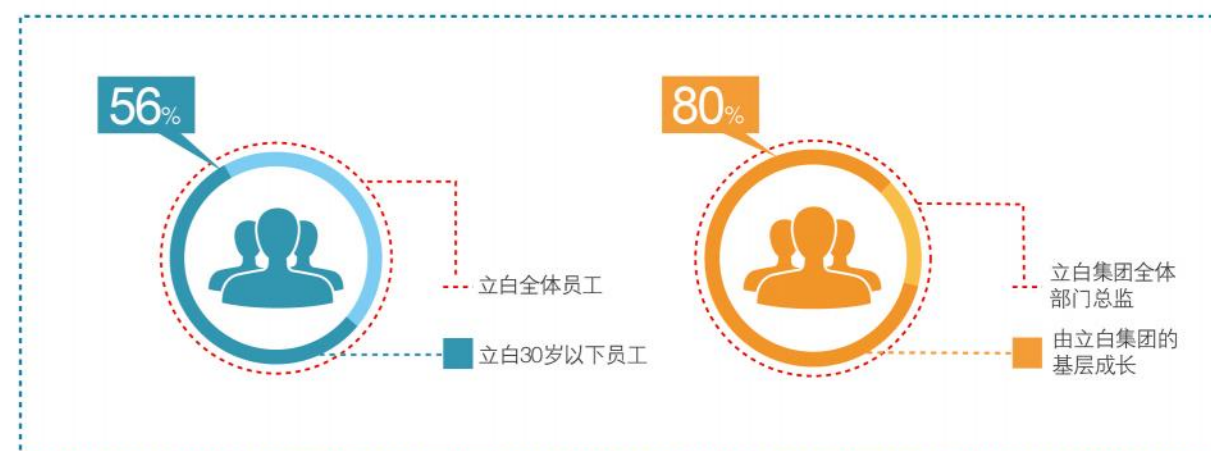
销售总公司的员工在集团新春团拜会上朗诵自己创作的诗歌《立白人》：

“立白是一个家，走到哪里都不是他乡；立白是一个家，哪里都有亲爱的姐妹兄长……”

职业发展：

立白相信，只有每一位员工的进步才能让企业取得更大进步。立白没有职业经理人，只有事业经理人的概念。因为在立白不是简单的谋一份工作，更是一项值得一生去追求的事业。

在立白总部，30岁以下员工比例超过56%。尽管这是一支非常年轻的团队，立白对人才的成长却不设天花板，80%以上部门总监都是从基层一步一步成长起来的。



立白集团执行力培训



立白集团2015年管理层总结大会

员工实例

余凯2003年入职立白，2009年被任命为河南省大区经理时只有30岁，当时的河南市场销售低迷，销售团队和经销商团队消极情绪蔓延，各项销售指标均处在全国末尾位置。

余凯带领6千人的团队，通过一系列战略调

整，在2010年第一季度完成消毒杀毒产品全年销售目标；洗衣液产品在全国各省区脱颖而出，成为洗衣液行业数值铺货率、加权铺货率双第一；2011年上半年，好爸爸产品上半年就完成了全年任务，占全国1/8强。目前，余凯已经升任立白集团北中国区总经理。



立白人



与商业伙伴的关系



经济绩效



绿色环保



社会和谐



引语：

“让员工虚度岁月，没有锻炼和提升的机会，这是对员工最大的不负责任。”

——立白人力资源总监曹正海

初级人才培养：

立白的人才成长计划从进入公司的第一天开始：



立白每年平均引进100多个大学生，从学校进入社会，这些年轻人要经过3个月军训的磨练，在立白的第一线市场去接触消费者，透彻了解立白产品。

人生成
立白集团2015届毕业生

之后，立白会对这些年轻的立白人每半年进行一次述职，针对他们的发展，业务和才能特点，为他们按需制定针对性的培训和人才培养计划，并逐渐培养成业务骨干。

经过这一番一线历练，在正式工作的第一天，每人将会指定一位导师，导师可能是省区经理，区域经理，他们会将自身的人生体验和工作技能一对一传授给这些立白新人，并定期关注他们的思想变化、帮助他们提升技能。总裁陈凯旋先生也会亲自参加每年大学生座谈会，了解他们在工作中的心声和意见。

2002年，大学毕业生谭添一个人拎着行李来到广州，进入立白工作。他在立白成家立业，现在已经成为立白集团财务部总监，回忆到自己2007年结婚时他说：

“很多同事帮我策划婚礼，总裁也亲自参加了我的婚礼，还给我做了证婚人，感觉那时候我的婚礼就像一个立白大家庭的聚会。现在回想起来都觉得那个场景非常温馨，这就是家的文化，也是立白大家庭的这份情感让我在这里一干就是14年。”

中高级人才培养：

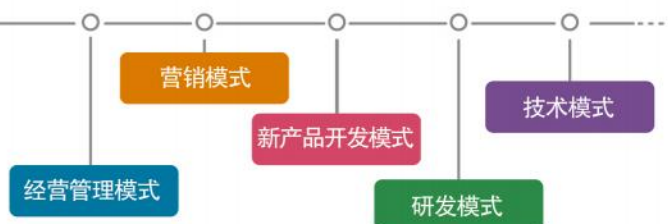
自2006年开始，立白陆续送出40多名中高级管理人员到清华大学、中山大学岭南学院、厦门大学进修EMBA，提升立白新生代的管理能力；

立白管理学院通过内部四大专业学院：营销管理学院，供应链管理学院，质量管理学院和品牌管理学院提供的专业培训，每年帮助近5万名列白员工成为相关领域的专家级人才。

鼓励自主创新：



2015年，立白集团共有48个在不同领域有突出贡献的项目获得公司褒奖。



立白认为，自主创新是人才成长的发动机。除了在员工不同成长阶段为他们提供全方位的培训，立白更鼓励员工的自主创新。2012年，立白首次提出了“创新年”的要求，并专门成立了创新指挥部作为创新管理工作的最高组织机构，首次颁布了《立白创新与进步管理办法》。对立白员工为了解决问题、实现目标、提升管理、提高效益等进行的一切在国内首次创造、首次应用的、有价值的且能够产生持久影响力的改进或创造活动进行鼓励和推动。



在番禺工厂，由工程师对设备自动化改造的设备分别以工程师的名字命名，如“祝氏折箱机”，“祝氏灌装机”，“王氏模具”等。

Post

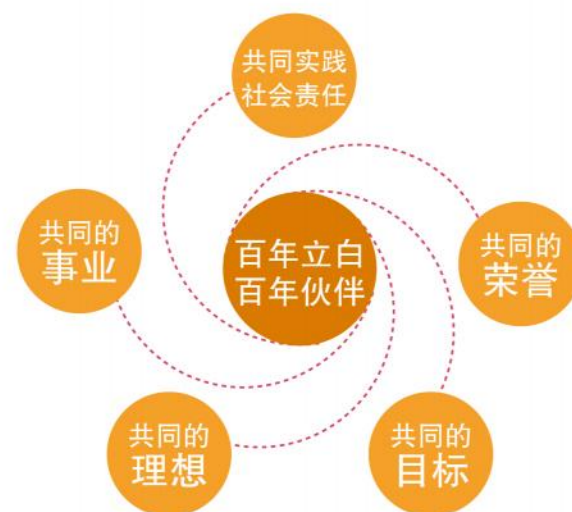
总裁信箱

从2011开设总裁信箱起，至2015年共收到员工信件上千封，平均每天都有员工直接向总裁反映问题，对立白发展提出建议。



与商业伙伴的关系

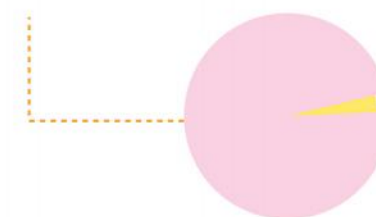
- ▶ 百年立白 百年伙伴
- ▶ 供应商
- ▶ 经销商
- ▶ 消费者



立白与上下游合作伙伴超越了简单的商业关系，所有合作伙伴都是立白大家庭的一员，他们和立白拥有共同的事业、共同的理想、共同的目标、共同的荣誉，并共同践行社会责任……立白要做百年立白，也希望与合作伙伴共成长，成为百年伙伴。

中国日化行业唯一一家每年联合供应商召开质量大会的公司

消费者满意度高于98%



每月10场以上经销商培训



供应商

严格的供应商考核

立白对现有超过800家供应商实行严格的准入和淘汰机制。一旦成为立白供应商，也就开启了与立白共同成长的旅程。在这个过程中，立白对供应商实行分级、年度评审，帮助他们制定切实的成长计划。所有这一切，不仅保证了采购质量，也带动了供应商从生产、运输、管理等各个方面与立白共同履行社会责任，帮助他们实现可持续增长，在各自的区域和专业领域成为楷模，带动更多地区经济、社会和环境的可持续发展。



帮助供应商培训

人才储备是供应商成长的基石。为此，立白为供应商的一线员工提供了如质量管理等技能培训，组织他们去管理优秀的供应商生产车间现场参观和交流学习。通过这种方式不仅帮助供应商提高了管理水平和一线工人的技能，更让供应商感受到立白一丝不苟的质量文化和立白与供应商实现共赢的责任心。

推动供应商责任体系建设

立白在准入阶段就要求供应商具有至少三年的环保守法记录，并采用符合国家和地方标准的环保管理流程和设备，如：运输过程中尾气排放和三废及噪音排放均需达标，员工的职业健康和安全管理符合国家标准，遵循公平的商业环境，提供的原料除保证对消费者健康安全外，不能对环境造成负面影响，如对衣物洗护产品中最有效的成分表面活性剂，必须在可降解度方面达到国家标准。

除地方和国家标准外，立白鼓励供应商向国际标准看齐，早日通过ISO14001（环境管理国际标准）和OHSAS18001（职业健康及安全管理标准）认证。目前，已经有54家供应商同时通过了ISO14001和OHSAS18001两项认证，61家供应商通过了ISO14001认证，1家供应商通过了OHSAS18001认证。

立白集团主要供应商



河南洛阳市德发汽车运输有限公司，2002年成立时只有7个人，通过和立白的合作，短短几年发展成为河南省最大的物流商之一，拥有75名员工，120多人的装卸队伍，下辖新乡，西安，武汉三家分公司。在立白的带动下，洛阳市德发汽车运输有限公司积极投身于企业社会责任，资助贫困大学生，每年组织志愿者深入贫困山区扶贫，并在2008年汶川地震和2010年玉树地震为灾区免费承运物资，捐赠药品，资助灾区孤儿……

从一个小规模运输队发展成为如今管理规范，对当地经济，社会和环境做出突出贡献的楷模企业，立白的扶持不可忽视。为此，河南洛阳市德发汽车运输有限公司特意送给立白采购中心总经理李俊隆一幅题词：“思源感恩”。

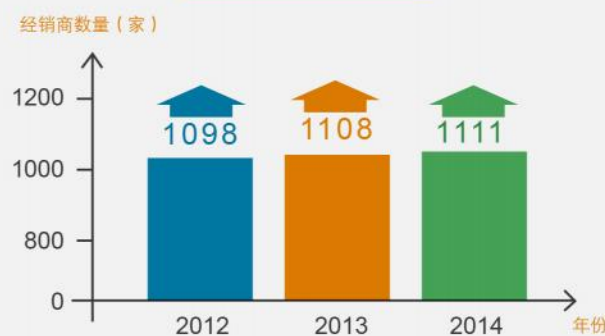
“他们说这幅字代表了他们的心声，我说这也代表了我心声，在立白这个大平台上，给无数人带来了荣耀和一生事业上的发展。

——立白采购中心总经理李俊隆

经销商

立白的22年是与经销商伙伴相伴成长的22年。经销商是立白发展壮大的源泉，他们给了立白初始的力量。立白帮助经销商伙伴拓展市场，为他们提供培训，帮助他们提升内部管理，甚至在经销商横遭变故时，为他们提供包括商业和生活的援助。立白的一家亲文化也感动并影响着经销商的经营理念。正如经销商所说，“用立白文化武装自己，教育子女，员工，跟着立白干大事业”。

经销商增长

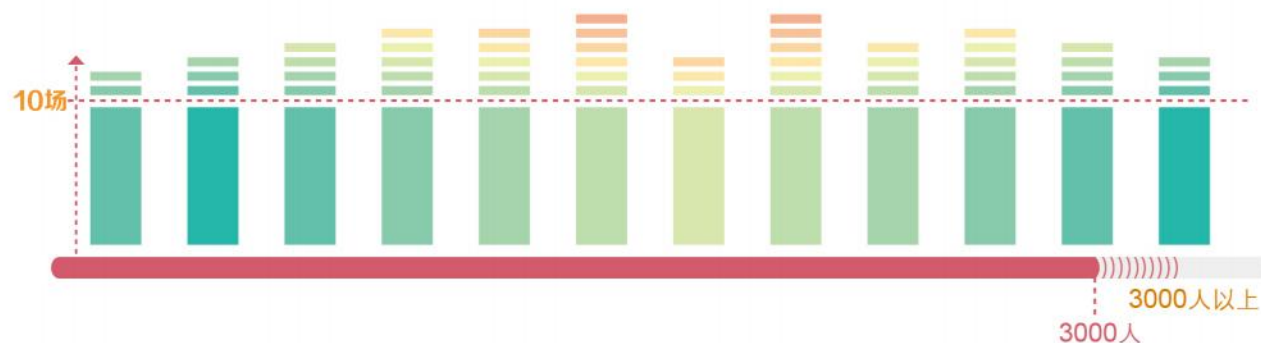


经销商培训计划

立白帮助经销商制订培训计划，培养业务团队，甚至直接派驻职业经理人现场帮助经销商提高管理水平。立白为经销商提供的培训内容覆盖了企业运营管理的方方面面：从财务、仓储运输、计算机运用、到渠道运作等等。立白还专门整理、提炼和总结成功的市场操作模式提供给经销商学习，帮助他们打造管理基础、组建团队、提升管理水平。

立白每月在全国不同地区平均举办10场以上的区域经销商培训，全年培训人次超过3000人。





除集中培训，立白会派人到经销商仓库现场，为经销商提供产品质量维护培训，帮助经销商理解产品的储运环境，堆码存放，装车卸车等质量维护要求，识别产品储运环节存在的质量风险隐患，杜绝储运环节可能导致的产品损坏、冻坏、变质等质量事故，减少产品质量异常，降低储运成本。

立白编制的《经销商产品质量维护管理规范教材》，根据经销商仓库的特点，为经销商重点培训了仓库储存环境要求、仓库清洁卫生控制、仓库区域划分、仓库标识管理、防火防盗防水等安全管理以及产品出入库管理，帮助经销商有效利用仓库存储空间，提高产品搬运工作的效率，降低产品损失。

除了帮助经销商取得商业上的成功，立白会利用培训的机会和经销商共同探讨为什么做生意，什么可以做，什么不可以做，带动更多经销商认同并践行立白的文化和社会责任。



立白集团20年经销商大会

“立白未来商界精英”特训营

立白很大一部分经销商都是家族企业。这些经销商希望能够将立白的事业传承下去，一代一代做下去，做百年立白，百年家业。根据他们的实际需要，2009年，立白为经销商伙伴启动了培养接班人计划：“未来商界精英”特训营。至2013年底，共举办了五期经销商接班人特训营，对全国873名经销商子女进行了培养。这些经销商子女有的已经接班，成为父母的左膀右臂；有的自立门户，成为立白新的经销商。通过对经销商子女和业务团队的培训，也战略性的延伸了立白的人才培养范围。



经销商实例

立白改变了成百上千经销商的命运。

经销商许俊华，20年前还是一个刚刚从农村走出来的小伙子，起初和父亲两个人经营立白，现在已经发展成超过200人规模的中型企业。他为两个孩子起的名字都与立白有关，以此来表达对立白的感恩之情。

广东中山小榄立白经销商冯贤昌曾多次激动地表示：“经过20年的努力，我把立白当作一个事业来做，当成一个家，没有立白，就没有家。”



经销商子女在立白未来商界精英特训营开营仪式上宣誓



经销商一体化专业培训



经销商职业经理人培训

消费者

对消费者的责任

立白的“责任感”文化首先是体现在对消费者负责，立白所有商业决定的唯一标准就是：必须为消费者提供安全，健康，高效，环保的产品。从材料采购，新产品研发，生产制造，产品标识，质量检验，仓储物流到分销、售后服务等产品全生命周期的各个环节。



立白集团专家组现场质量审查



立白集团首席质量官

2013年9月，立白集团副总裁杨作毅成为广州第一批企业首席质量官。首席质量官对立白产品质量安全承担“第一责任”，对涉及到质量问题或可能危害消费者权益的问题可以行使“一票否决”权，有权对产品进行报废，封存处理。当发生重大或特大质量安全事故或造成严重社会影响时，将承担相应法律责任。



“独立性对于首席质量官的意义非常重大，在我的工作中，任何质量问题都拥有独立处置权，这是对消费者负责任的承诺。”

——立白集团首席质量官杨作毅

立白集团首席质量官的一天

对于立白首席质量官杨作毅来说，每天上班后的第一件事，就是打开公司质量控制的内部信息系统，查看整个集团从原辅材料至产品生产各个环节的运营状况有没有出现异常。杨作毅先生的电脑可以对整个产品生产环节质量信息进行24小时管控，只要有一个指标不合格，这些异常信息会自动流转到他的电脑上，最终由设定流程处理。

确保有可能影响质量的各个环节没有问题后，杨作毅先生开始对汇集国内外日化行业与产品质量相关的法规、技术标准等最新信息进行处理。根据收集来的新标准，建立或调整立白新的产品检测方法。从原料到产品各个环节，立白建立了与产品质量有关的检测项目有4000多项。

基于消费者健康考虑，立白与广东省微生物研究所、广州市产品监督检测研究院、中山大学第三附属医院、国家卫生杀虫剂监测中心等机构合作，除对国家标准要求的禁用、限用物质进行检测监控外，对国家标准未要求的产品安全性指标也进行检测监控。确保产品质量安全。

杨作毅先生与质量部门的同事开会评估立白供应商原料的质量水准。每个月、每个季度立白都会对从原料供应商到经销商进行评估，对于涉及到质量出现问题的合作伙伴，立白会想办法帮助他们进行改进，如果还是未能达到要求，则采取‘末位淘汰制’，以免对立白产品的质量有一丝负面影响。

杨作毅先生带着几位同事来到了之前确定抽查的一家超市。立白首席质量官不会只呆在办公室，他经常突击性地带上两三个工作人员，到车间、工厂、供应商和经销商处查看立白产品的质量管控。有时候，甚至直接到超市去看看——立白产品的质量把控甚至苛刻到要考虑时间因素，立白首席质量官要确保每位消费者在使用立白产品时，都能发挥其最大效力。

每天重复这样的工作看上去也许很单调，但对立白首席质量来说，他所担负的责任之大是常人无法想象的，凡是涉及到消费者的，都不是小事，只有全力以赴，才能让消费者最终满意。

每天重复这样的工作看上去也许很单调，但对立白首席质量来说，他所负担的责任之大是常人无法想象的，凡是涉及到消费者的，都不是小事，只有全力以赴，才能让消费者最终满意。

上任后的最初四个月里，杨作毅先生所取得的成绩包括识别新产品、新项目变更过程中重要风险隐患21次，并有效纠正预防。完成改进17项，否决4项；对供应商全年实施暂停、减量21次。

识别新产品、新项目变更

✓ 完成改进17项 X 否决4项

对供应商实施

⏸ 暂停 — 减量

21次

“人人都是消费者”的质量文化：

在立白的各个生产基地里，随处可见“质量是企业的生命”的横幅。在立白，质量不仅仅是首席质量官所关心的工作。事实上，立白内部充满了浓厚的质量文化：即“人人都是消费者，人人都来关注质量”。



立白质量月

每年九月是立白的法定质量活动月。立白会在总部和各分子公司展开全员参与的质量知识竞赛。通过培训，产品缺陷辨识、技能比武、质量征文、质量看板、质量标兵评比、百日零缺陷等形式多样的质量月活动，营造“人人关注质量”的氛围，提高立白员工的质量意识和技能。



年度质量大会

立白是中国日化行业唯一一家每年联合供应商召开质量大会的公司。通过邀请集团各分子公司、职能部门以及合作供应商、OEM工厂参加，建立内外部质量管理工作经验交流与分享平台，不仅体现了立白对质量的高度重视，同时也为各合作伙伴树立了质量领先的榜样。



立白集团2015质量工作总结大会



立白集团ISO9001认证审核末次会议



最快的质量问题反馈机制：

立白建立了业内最迅速的质量投诉和上门质量反馈机制，规定100公里以内的质量投诉，哪怕是一小包洗衣粉，质量工程师都必须在24小时内到达现场进行妥善处理。为保证投诉处理的消费者满意度，客服人员在投诉处理完成后还会对消费者进行满意度电话回访。迄今为止，立白投诉处理消费者满意度高于98%。





经济效绩

- ▶ 提升经营业绩
- ▶ 生产布局
- ▶ 营销网络
- ▶ 科技研发



就 业 机 会
15万人

退伍军人实现再就业
1238位

残疾员工实现再就业
873位

1994年，陈凯旋和陈凯臣兄弟在广州创立了广州市立白洗涤用品有限公司，经过20多年的艰苦创业，立白从当年的7名员工，发展成为今天1万多名员工，截至2013年底，立白产业链上下游共为社会创造了15万人的就业机会，为15万家庭的幸福努力和奋斗，安排1238位复员退伍军人和873位残疾员工实现再就业。如今，立白产品线涵盖“织物洗护、餐具洗涤、消毒杀菌、家居清洁、空气清新、口腔护理、身体清洁、头发护理、肌肤护理及化妆品”九大类几百个品种，拥有立白、好爸爸、超威、蓝天、六必治、西兰、高姿、润之素等十多个品牌，其中含有四个“中国名牌”产品。

中国日化洗涤行业第一，全球第四！



提升经营业绩

在国家的改革开放政策和各级党委、政府、社会各界的关心、支持和帮助下，立白近年来均保持较快增长速度。2015年，立白年纳税额超过15亿元，自2002年起连续多年荣登“中国私营企业纳税百强”排行榜，为中国经济和社会发展做出了重要贡献。

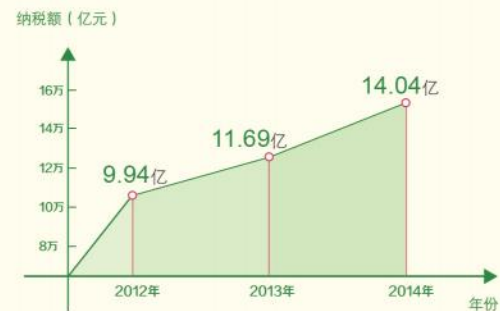


历年销售业绩



(注：含立白集团所有子公司)

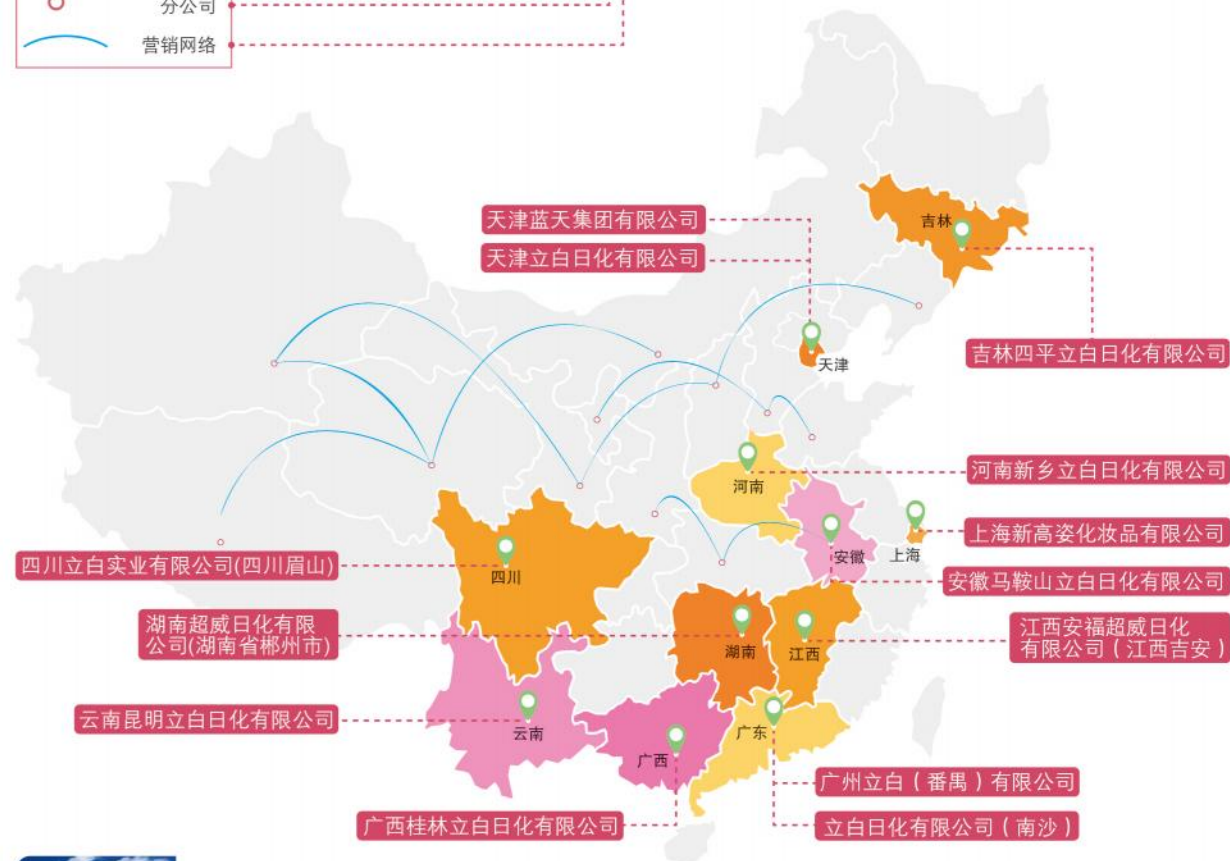
历年纳税数据



(注：含立白集团所有子公司)

生产布局

随着销售的不增长，立白的生产规模迅速扩大。至今，立白在全国各地已拥有十三大生产基地、三十多家分公司、二十多家委外加工厂。



河南新乡立白日化有限公司



立白日化有限公司(南沙)



吉林四平立白日化有限公司



天津立白日化有限公司



湖南超威日化有限公司(湖南省郴州市)



安徽马鞍山立白日化有限公司



广西桂林立白日化有限公司



江西安福超威日化有限公司(江西吉安)



云南昆明立白日化有限公司



广州立白(番禺)有限公司



四川立白实业有限公司(四川眉山)



天津蓝天集团有限公司



上海新高姿化妆品有限公司

营销网络

目前，立白集团拥有30多家分公司，营销网络星罗棋布，遍布全国各省(区)、直辖市，产品畅销国内外。

科技研发

立白有一群对“清洁”几近“执迷”的科学家们，他们坚信，创新源自于为消费者解决实际问题。为此，他们经常飞赴全国，采集各地洗涤用水，土壤污垢，常见衣服材质的样品，掌握各地气温、水温的差异；走进消费者家里，观察她们的生活，洞察不同地域消费者在不同时期的差异化需求。

他们相信，只有掌握了这些细微差异，才能让立白的清洁产品在不同水质，面对不同污渍的时候，都能发挥出最大的洁净效力。立白大部分产品的配方每两年升级一次，依靠科技力量不断创新是立白保持活力，赢得消费者青睐的根源。



雄厚的科研实力



立白自成立以来一直十分重视科技研发工作，过硬的产品品质赢得了消费者的信赖，强大的自主创新能力顶起了民族日化工业的脊梁。至今，立白集团拥有两个国家级“高新技术企业”、一个“博士后科研工作站”和一个中国日化行业唯一的“院士企业工作站”，同时也是广东省日用化学品工程技术研究开发中心所在地。

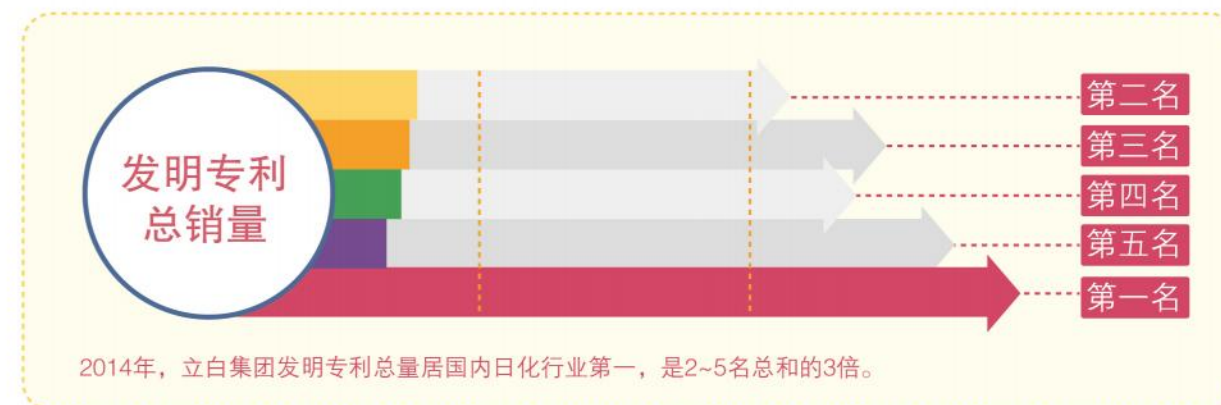
立白斥资5亿元打造了新的研发中心，包括30000多平方米的实验大楼，以及国际领先的实验设备和研发信息系统。立白集团的企业技术中心拥有实验室、仪器室、中试室、评香室、资料室等基础设施及中试车间，总面积达5000平方米。

经过20多年的发展，立白集团创新研发中心拥有一支学术水平高、科研能力强、学历高且年轻的技术队伍。

据统计，目前立白集团科技活动总人数达1071人，专职研发人员347人，硕博以上学历占61%。



因为专注行业前沿科技，立白人的眼光是超越的。他们把发展的眼光投射到了未来5-10年，并对自身的发展战略做了深入的思考。立白人懂得积极开展前瞻性的技术储备与研究工作，并且能够从专利和原料、包装材料等方面研究入手，积极开展自主知识产权的核心技术研发。



立白首席科学家张丽萍是一位自豪的妈妈，2002年来到立白时孩子刚只有4个月，让她感到欣慰的是，孩子现在已经是5年级的小学生了，立白的科研团队也在不断壮大和发展。张丽萍表示：“作为一个科研工作者，能够把自己的想法变为现实，再变成新的产品得到消费者的认同，我认为这就是对社会的一点点贡献，在这个过程中，我也感到无比的开心和自豪，我的孩子也为我而自豪。”

“产学研”完美结合

2011年，立白集团与华南理工大学合作，率先在中国洗涤行业开展“高塔成型洗衣粉浓缩增效技术的开发与产业化”项目的研究，并获得国家专利。该项目在技术上解决了利用现有高塔喷粉工艺实现浓缩粉生产，避免了洗衣粉浓缩化生产装置重复建设。

在国内占95%的洗衣粉都是以高塔生产低视比重的普通粉，高塔成型洗衣粉视比重低、能耗高、包材消耗大、仓储物流费用大。立白研发团队通过浓缩增效技术的开发和产业化研究，优化配方结构，改造传统工艺，提高了有效成份含量和产品的视比重，在配方优化及工艺改造上，充分考虑柔性生产模式的导入，实现产品切换不停机，提高了生产工艺的标准化程度。

洗衣粉浓缩增效技术的开发与产业化项目实施后，由于产品提升了活性成分的比例及性能，消费者能感受到产品性能的大幅提升。自上市以来，产品受到消费者的不断好评，销售业绩也有稳中有升，帮助立白洗衣粉的市场份额在2008年以来保持全国市场占有率排名第一，同时新产品的推出也提升了公司的形象和立白产品的市场定位。



番禺生产基地喷粉塔



立白集团与美国陶氏化学签订战略合作协议



立白集团与德国巴斯夫签订战略合作协议

开放的研发平台

除实现自我创新外，立白还致力于联合全球产业链中科技水平最高，最具实力的科研机构和企业，通过整合全世界最先进的技术，提升消费者体验。



与华南理工大学签订科研合作协议



国内：与立白展开合作的国内科研机构包括中国日化研究院、中科院广州化学研究所、中山大学化学与化学工程学院和生命科学学院、华南理工大学化学与化工学院、广东工业大学轻工化工学院、广州中医药大学、广东省微生物研究所、广州市质量监督检测研究院及广东省微生物研究所等等。

国外：立白与行业内的国际日化巨头倾力合作，在配方与原材料上对传统的洗涤技术进行了突破性改进，加强对关键技术的联合应用与开发，持续推动了立白研发核心能力的发展以及立白产品的可持续性。



2015年立白诺维信联合推出首款永维酶洗衣液



立白总裁陈凯旋与诺维信总裁兼首席执行官 Peder Holk Nielsen



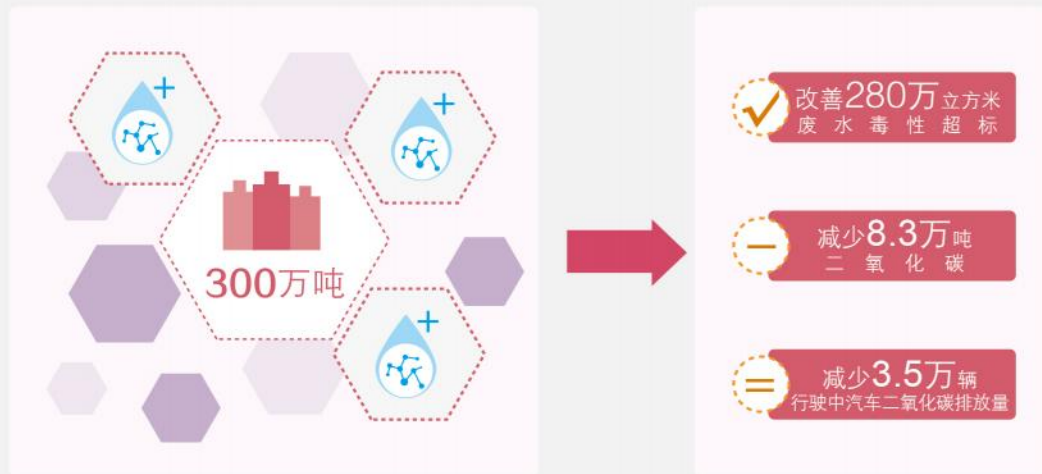


诺维信（Novozymes）是全球最大的酶制剂供应商，拥有70%以上的全球衣物洗涤用酶市场份额。立白和诺维信的合作始于2003年，双方一直合作开发基于生物酶技术的新型洗涤方案。

知识小科普

酶是由细胞产生的具有生物催化功能的蛋白质，衣产品加入酶制剂不仅可以有效清除衣物上的污渍，而且对人体没有毒害作用，并且这些酶制剂及其分解产物能够被微生物分解，不会污染环境。通过生命周期分析(Life Cycle Assessment)，可以

明显对比出加酶洗涤剂对减缓全球变暖和降低水毒性的积极环境影响。在日化行业，洗衣产品加酶是大势所趋，国际发达市场已基本实现了洗衣液的加酶化。中国政府十二五规划中肯定了加酶洗涤用品符合中国政府对资源使用效率和二氧化碳减排的期望。



以中国每年使用约300万吨洗涤剂核算，如果向洗涤剂中添加酶制剂，每年能改善280万立方米废水的毒性超标问题，可减少排放二氧化碳约8.3万吨，相当于公路上3.5万辆行驶中汽车的二氧化碳排放量。



立白一直致力于与全球顶尖的机构合作，进行酶制剂的联合研发。目前立白洗衣粉以及好爸爸全系产品均为加酶产品。



对华国事访问 2014

丹麦女王陛下及亲王殿下

2014年4月，正值丹麦女王玛格丽特二世对中国进行国事访问之际，在丹麦女王和亲王的见证下，立白总裁陈凯旋与诺维信总裁兼首席执行官Peder Holk Nielsen先生在北京钓鱼台国宾馆签署框架合作协议。

- 1 加入了蛋白酶的“立白超洁粉”是双方合作开发的首款产品，也让立白成为国内首家大规模使用“酶制剂”的本土日化企业。
- 2 中国市场第一款加酶洗衣液；
- 3 全球第一款加酶洗衣皂；
- 4 2012年，双方通过在洗衣粉中应用复合酶和聚合物技术，以及浓缩化技术，在提升产品性能的同时，洗涤剂配方中的化合物用量减少10%以上，有效减少对环境的影响。
- 5 双方合作开发的中国第一款冷水洗衣粉，在12℃以下的水温中依然能够立刻洁白，提升了洗衣粉在低温下的洗涤能力和溶解性，在减少化学残留的同时，还节约了能耗。
- 6 双方合作首次攻克生物酶在液态洗涤剂中活性低、稳定性差的应用难题，推出国内首款永维酶洗衣液——立白精致衣物护理加酶洗衣液。这款运用了立白核心技术和诺维信核心酶制剂的产品，在低温、硬水等特殊环境下依然能够稳定的发挥酶制剂高效的催化作用，对蛋白类的污渍有卓越的清洁能力，去污能力是国家标准的2倍。



从2005年开始，立白和全球最大的化学品公司巴斯夫公司（BASF）合作，巴斯夫为立白提供表面活性剂和有机助剂，双方还合作通过采用水溶性聚合物作为无磷助剂实现洗衣粉无磷化。

延伸阅读

立白与巴斯夫的合作不仅仅是在创新产品，更是在社会责任的共同进步。巴斯夫企业社会责任的理念是：在自身做好企业社会责任的同时，带动行业做好企业社会责任，最终推动整个供应链企业社会责任的落实。基于此理念，2006年，巴斯夫在中国首倡并发起“1+3”企业社会责任项目，“1+3”意为每家公司带动其供应链中三大业务合作伙伴，向他们传授企业社会责任的最佳实践并为他们量身定制解决方案，从而将企业社会责任原理和经验带给国内企业。再经由合作伙伴的继续推进辐射整个行业，最终改变化工行业高污染、高能耗和高排放的固有印象，促进化工行业的可持续发展。2007年和2009年，巴斯夫“1+3”企业社会

责任项目连续两年被收录进《联合国全球契约年鉴》，作为最佳企业社会责任案例向其他全球契约成员传播和分享。

立白在2006年成为巴斯夫“1+3”项目的首批6家国内企业之一。巴斯夫首先与立白开展为期两天的职业安全研讨会，确定了优先开展改进工作地点及生产车间的安全性和环保的工作环境。随后巴斯夫成立了由环保安全和健康专家组成的立白项目团队，并访问了立白的生产基地进行现场考察。2007年4月，立白受邀访问巴斯夫生产基地，进行实地学习。2007年5月，双方确定了合作伙伴的行动和整改计划，开始了全面的、有针对性的实施。



陈凯旋总裁与陶氏微生物控制部门全球总裁Mark Henning共同签署了战略合作协议书



2015年德国巴斯夫高层领导拜访立白集团



陈凯旋总裁与巴斯夫执行董事会主席贺斌杰先生、德意志银行亚太区CEO洛永勤先生、日本良品计画株式会社总裁Tadamitsu Matsui先生参加国际日化行业论坛并发表演讲。



2013年6月，立白与全球最大的微生物控制供应商同时也是消毒杀菌原料最大的生产和供应商陶氏微生物控制技术（Dow）签约成为战略合作伙伴，开展天然杀菌消毒领域的研发合作。立白希望通过和世界领先的微生物控制专家团队合作，从天然产品、天然材料里面提取活性剂应用到产品中，为消费者提供绿色安全的产品。

延伸阅读

立白与陶氏共同设立了创新日，旨在走出实验室，走进消费者的家，面对面访谈了解消费者使用清洁用品的习惯、现有产品的优缺点以及他们对清洁的期望。通过这种与消费者的零距离接

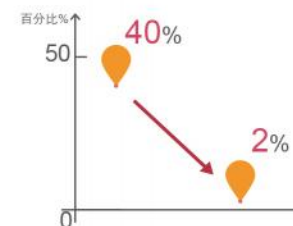
触，立白科学家们更深刻地体会到，一个成功的产品，需要的不仅仅是好的化学配方，更需要产品的可靠品质，解决方案的低碳环保。

DOW CORNING

立白与全球有机硅技术和创新领域的领导者道康宁共同研发有机硅产品在织物洗涤护理产品、家居清洁护理用品中的应用，以及有机硅产品在生产工艺中的改良应用进行技术交流。



通过与标签贴标业巨头艾利丹尼森等进行战略合作，立白将标签废品率由40%减至2%。



其他展开合作的国际巨头还包括：全球领先的精细化工生产商罗地亚、全球前三大香精提供商瑞士奇华顿、芬美意、国际香精香料有限公司，以及全球最大的牙膏管制造商爱索尔公司等。

Givaudan

Firmenich

Rhodia

ESSEL PROPACK

IFF International Flavors & Fragrances Inc.

参与制定行业标准

立白参与制定和修订了6个国家标准和7个行业标准，公司拥有发明专利78项，实用新型17项，外观专利323项。



国家标准

6个

行业标准

7个

发明专利

78项

外观专利

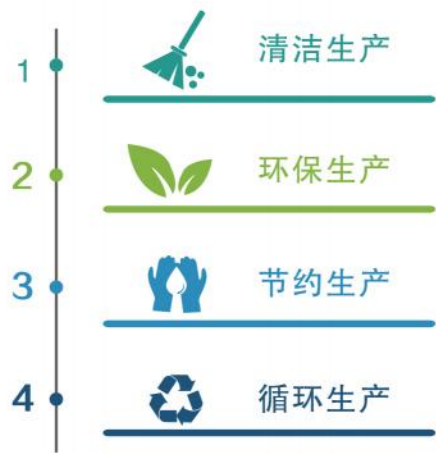
323项

消费者每天使用的香皂、洗衣皂、衣料用液体洗涤剂、衣物防蛀剂、家用卫生杀虫用品、果蔬清洗剂、卫生洁具清洗剂和沐浴剂的标准制定过程中都有立白的努力在其中。2011到2013年间，立白主导或参与了十余项原材料国家标准的制定工作，其设定的原料标准在质量和安全性方面均处于国内行业领先水平。



绿色环保

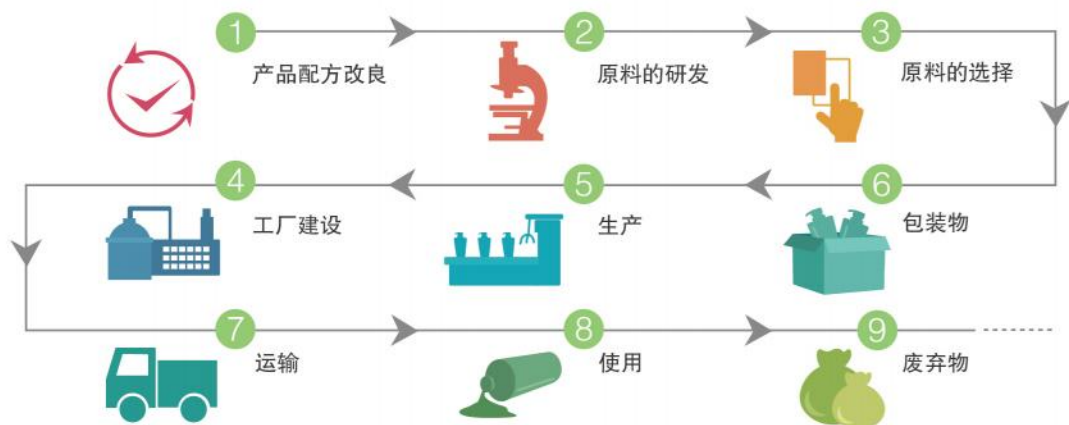
- ▶ 率先推出节水型产品
- ▶ 加大可再生资源的应用
- ▶ 环保包装材料的应用
- ▶ 洗涤剂浓缩化
- ▶ 花园工厂



立白在全国各大生产基地生产设备先进，生产管理规范，环境保护严格，能有效控制“三废”排放，实施清洁生产、环保生产、节约生产和循环生产。作为勇于担当社会责任的企业公民，立白始终以消费者为中心，通过科技创新，实现节能减排和清洁生产，为消费者提供更安全、健康、低碳、环保、卫生的产品，谋求人和自然环境健康和谐共存，实现地球生态环境的可持续性发展。



如何在清洁和美化人们生活和环境的同时不给环境造成额外负担，一直是立白首要考虑的战略问题。立白从产品配方改良，原料的研发和选择、工厂建设、生产、包装物、运输、使用、废弃物等整个产业链的每个环节，减少对环境的影响。



延伸阅读：

根据《国家中长期科学和技术发展规划纲要（2006-2020年）》和《国家“十二五”规划纲要（2011-2015年）》日化行业的可持续发展领域包括：天然可再生资源为原料的表面活性剂和洗涤剂，应用绿色活性成分的洗涤剂技术，高效浓缩洗衣粉和液体洗涤剂的技术研发及产业化发展。



立白集团番禺生产基地



洗衣粉喷粉塔“双塔”



国内领先的洗衣粉包装生产线

立白的努力获得了来自政府和国际机构的一致认可：

广州番禺生产基地污水处理站经有关部门严格评估成为“广东省环境保护示范工程”



2004年5月，立白获得由国家环境保护部颁发的中国环境标志企业优秀奖；



2013年6月，在第六届世界环保大会主席团圆桌会议上，立白荣获“国际碳金奖-中国绿效企业最佳典范”，成为获此殊荣的首家本土日化企业。



率先推出节水型产品

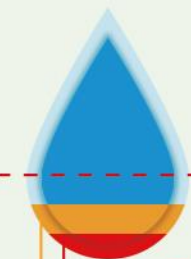
中国是一个严重缺水的国家，人均淡水资源只占世界人均淡水资源的1/4，目前有16个省人均水资源量低于严重缺水线，2/3的城市处于缺水状态在这样的情形下，中国每年23%的淡水却用于织物洗涤。

世界人均淡水资源占有率

中国人均水资源占有率

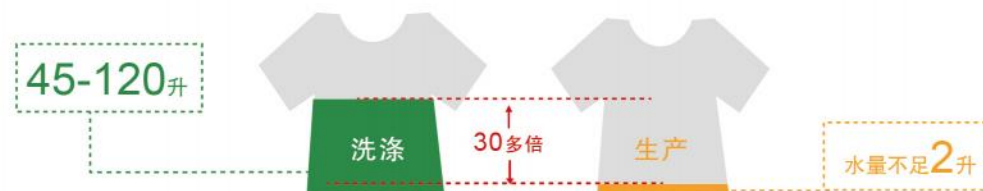


中国人均淡水资源只占世界人均淡水资源的1/4



2/3的城市处于缺水状态
16个省人均水资源量低于严重缺水线

以洗涤5公斤的衣服为例，洗涤剂的原料以及生产过程中所用的水量不足2升，而消费者在洗涤过程中所消耗的水量达到45-120升，是生产过程耗水量的30多倍。



工厂花园

节约洗涤过程中的用水对于整个社会的节水有重大意义。目前我国每年用于衣物漂洗的水量大约为60~80亿吨，如果能每少投洗一遍，就至少能节约15亿吨左右的水，更重要的是，还会同时少排放15亿吨污水。如果行业全部推行易漂洗洗衣粉，一年全国可以节水60亿吨，相当于节约400个西湖的水。



洗衣粉总控室

2006年，立白推出中国市场上第一款节水洗衣粉，通过独特的配方技术，在同样的洗涤效果下，能够将衣物漂洗由传统的三次减少到两次。



2014年，立白节水型洗衣产品再次实现升级：最新推出的好爸爸洗衣露比一般洗衣液的天然成分高出三倍多，只需要漂洗一次，整个漂洗过程省水50%，目前立白洗衣液全部为节水型产品。



通过应用国际最先进的光触媒技术和生物活水方法，立白所有生产废水和生活污水在进行“物化+生化”处理后，降低表面活性剂的含量，废水合格排放率为100%，处理后水污染物排放均能达到国家一级标准，可长期放养金鱼，在生产以及生活上所产生的废水通过污水处理系统之后污水可以用于绿化、清洗地面等等，实现了100%回收利用。除节水型产品的研发，立白在生产过程中实现了废水100%回收利用，其中番禺生产基地的污水处理站获得广东省环境保护示范工程。



加大可再生资源的应用

上世纪70年代，超过60%的洗涤产品以肥皂为主，其原料来自于天然的可再生动植物资源。随后，合成洗涤剂的比例不断上升，目前已达到90%。而合成洗涤剂55%的原料，无论是表面活性剂，助剂以及88%的包装材料都是来自于石油及其衍生物。

延伸阅读：

随着洗涤产品的结构的逆转，以石油及其衍生物作为主要原料的洗涤行业面临着可持续发展的巨大挑战：2013年，全球石油消耗超过333亿桶，同期探明的石油储量仅为1.69万亿桶，这意味着，已探明的石油在50年之内将会被消耗完毕。工业的发展和资源的矛盾日益突出。而作为石油替代品的棕榈油和椰子油等可再生资源，因为植物多样化的考虑，棕榈树开垦种植受到限制，棕榈油的来源也面临挑战。2011年12月，中国工业和信息化部发布《工业转型升级投资指南》，明确了日化业的转型升级内容，其中包括以天然可再生资源为原料的表面活性剂和洗涤剂。可再生材料的研究和开发除了降低对石油衍生物的依赖，满足日化行业对于原材料的来源需求外，新材料应用到配方和包装中，可以使消费者在使用时，消耗更少的水、电、热等能量，产生更少的废弃物，为我们创造一个更美好的地球。

目前立白的洗涤产品中来源于可再生资源的原料已经占70%以上，所用原料的生物降解性全部超过90%以上。



洗涤产品中来源于可再生资源的原料已经占70%以上



所用原料的生物降解性全部超过90%以上



洗洁精生产线

1 2002年，立白启动《生物酶制剂代替部分表面活性剂》的项目并成功应用到产品中，在其明星产品——好爸爸高浓度全效洗衣粉中，多种复合酶制剂代替了单一的蛋白酶。

2 利用酶制剂与表面活性剂的协同效应，降低了表面活性剂的用量，在减少对环境的影响的同时，将去污和节水能力提高25%以上。

3 立白以工业造纸废液中的木质素为原料，成功研制了木质素磺酸盐新型表面活性剂应用于立白洗涤剂产品中，替代部分工业石化产品，减少对石油产品的依赖。

4 2012年，立白率先建立了广东省唯一的日用化学品可再生资源研究及应用企业重点实验室，以更加专注可再生原料的研发。

环保包装材料的应用

延伸阅读：

日化行业85%以上的包装材料来自于石油衍生物，并且超过70%以上是非生物降解性材料，最后只能通过焚烧处理，造成大量二氧化碳及其他有害物质的排放。由此可见，与配方原料相比，日化产品的包装材料对环境的负面影响更大。

为减少包装对环境的负面影响，立白主要从三个方面进行推进：

1

采用可再生或可生物降解的包装材料，如通过生物技术或者农业，种植业技术，提取来自植物的原料，包括从植物发酵得到的原料，制成可再生的包装材料。

2

减少塑料使用量：立白与高校合作，大幅减少塑料使用量。

3

全部/部分采用回收塑料的包装。

立白旗下的高端家居清洁品牌“威王”厨房清洁剂系列产品全部包装都采用可回收再利用的环保塑料材质，连续两年获得由中国包装创新及可持续发展论坛颁发的“2012中国可持续发展包装榜样大奖”。

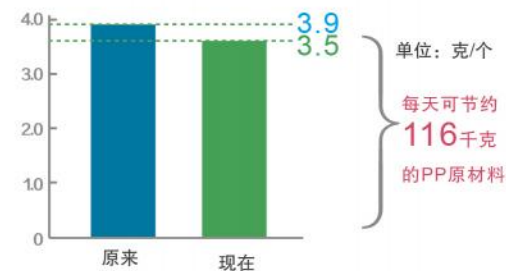


威王

案例：洗洁精瓶盖改造项目



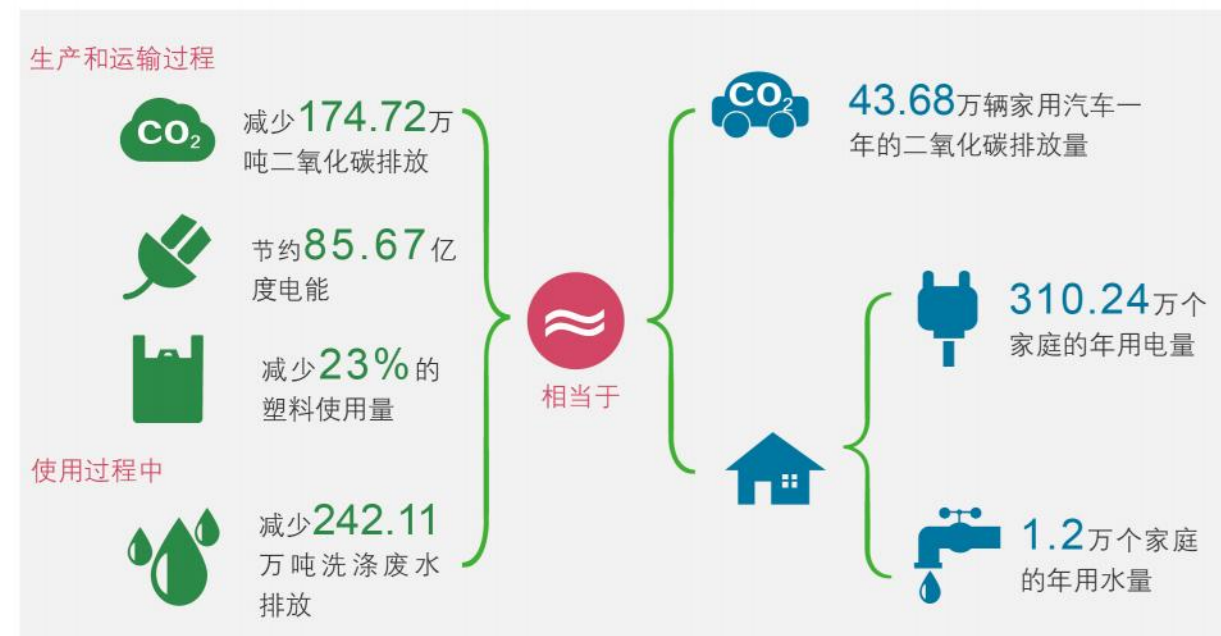
立白将洗洁精圆瓶翻盖链接改造为“蝴蝶结”链接。改造后瓶盖链接强度更好，更柔性，不易断裂，产品废品率下降，单个瓶盖的重量由原来的3.9克/个下降到现在的3.5克/个。按产量计算，每天可节约116千克的PP原材料。



洗涤剂浓缩化

中国洗涤用品工业协会2013年发布的《中国浓缩洗涤剂生命周期评估》报告显示，浓缩洗涤剂从原材料获取、生产，运输，使用，直至最终废弃物处置过程中，所有的环境影响方面都比普通洗涤剂显著节约能源资源，减少排放。

如果所有中国消费者都使用浓缩洗涤剂，则可在生产和运输过程减少174.72万吨二氧化碳排放，节约85.67亿度电能，减少23%的塑料使用量，在使用过程中减少242.11万吨洗涤废水排放，而这相当于43.68万辆家用汽车一年的二氧化碳排放量，310.24万个家庭的年用电量，1.2万个家庭的年用水量。



以消费者每次洗涤计算，相比普通型产品、浓缩洗衣粉、浓缩洗衣液：使用浓缩洗衣粉单次洗涤即可减少31克二氧化碳排放，而使用浓缩洗衣液单次洗涤可减少16克二氧化碳排放。在造成酸雨和土壤酸化的二氧化硫排放和造成水体富营养化的磷酸分子排放方面，浓缩洗涤剂也有相当程度的改善和提高：使用浓缩洗衣粉单次洗涤即可减少0.12毫克二氧化硫排放和0.03毫克磷酸分子排放；使用浓缩洗衣液单次洗涤可减少0.06毫克二氧化硫排放和0.017毫克磷酸分子排放。

浓缩洗涤剂还可以减少资源要素的消耗，使用浓缩洗衣粉单次洗涤即可减少550千焦能源消耗，使用浓缩洗衣液单次洗涤即可减少270千焦能源消耗。

延伸阅读：

在我国轻工业“十二五”规划中，浓缩洗涤剂被列为重点发展产业。中国洗涤用品工业协会从2009年开始在大力推动浓缩化进程。

截止到2013年，浓缩洗衣粉和洗衣液占全部产品的3-4%左右，这和发达国家的还有很大差距：浓缩洗涤产品在美国已经达到90%，日本则100%实现浓缩化。

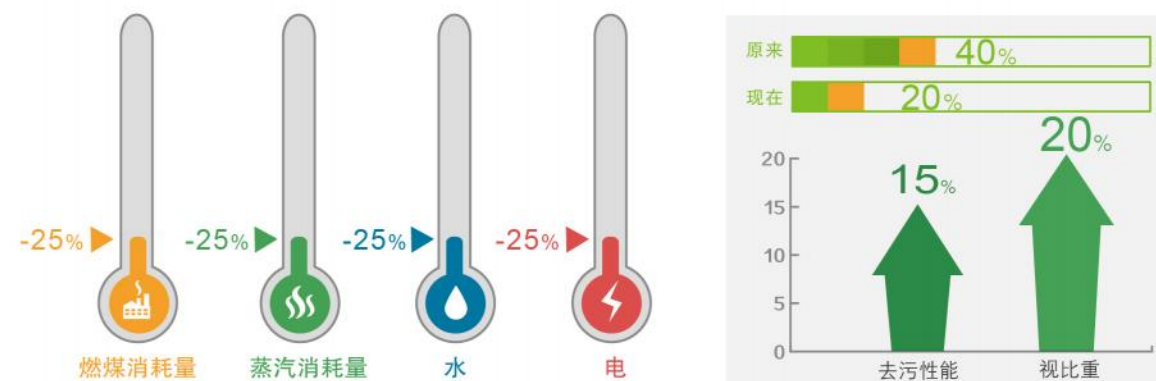


立白产品是第一批获得中国洗涤用品工业协会授予的“浓缩洗涤剂标志”，目前所有产品都已实现浓缩化。

中国第一套全自动浓缩粉生产线

2011年，立白与华南理工大学合作，率先在中国洗涤行业开展“高塔成型洗衣粉浓缩增效技术的开发与产业化”项目的研究，该项目在技术上解决了利用现有高塔喷粉工艺实现浓缩粉生产，避免了洗衣粉浓缩化生产装置重复建设。

根据科学统计，应用浓缩增效技术之后，在节能减排和环境保护方面，都将取得明显的效益，生产每吨洗衣粉的燃煤消耗量、蒸汽消耗量、水、电消耗均可下降约25%；使填充剂在洗衣粉中的用量显著下降，由原来约占配方总量40%下降到约20%。此外，该技术的应用使洗衣粉的去污性能和视比重提高15%-20%以上。



花园工厂

凡是参观过立白工厂的人都有一个共同感受，就是绿树成荫，空气清新，工厂里有景区，景区里有工厂，完全颠覆了人们对日化行业生产的想象。成立以来，立白累计投入近2亿元在各生产基地建设安全环境设施和节能减排改造。是否在生产过程中对周围环境造成影响是立白所有生产基地在建设伊始就要评估的内容。立白按照国际职业健康安全管理体系标准（ISO18000）和国际环境管理体系标准（ISO14000）实施了安全健康环境管理体系。尤其是在环保管理方面，通过系统的环境因素识别和评估，每年挖掘出低碳和节能减排方面的潜力并制定改善措施，持续改善低碳和节能减排绩效。

立白2009-2012累计减排指标



废气粉尘治理

日化行业在生产过程中所产生的废气主要是洗衣粉在生产过程中的工艺粉尘废气和热风煤炉、重油锅炉排放的锅炉废气。立白拥有行业最先进的烟雾处理装置和粉尘处理装置，生产过程中产生的二氧化硫和烟酸被完全吸收，整个厂区处于无烟尘状况。

立白废气粉尘治理：

立白引进布袋除尘装置，有效将生产过程中的各种固体粉尘和洗衣粉悬浮颗粒回收。经布袋除尘后粉尘浓度远远低于广东省《大气污染物排放限值》要求。

热风煤炉废气经过洗衣粉干燥塔用于洗衣粉的喷雾干燥，在料浆的喷淋下二氧化硫、氮氧化物被大量吸收，尾气排放后其二氧化硫的浓度为24.4mg/Nm³。

重油锅炉废气采用“静电除尘+碱洗脱硫”进行处理，处理后锅炉烟气中的大气污染物二氧化硫、氮氧化物、烟尘均能达到《锅炉大气污染物排放标准》(GB13271—2001)和广东省《大气污染物排放限值》(DB44/27—2001)标准要求。



噪声治理

经环保部门监测，立白厂界噪声达到《工业企业厂界噪声标准》(GB12348—90)2类标准要求。

- 立白对洗洁精灌装线理瓶机等高噪声设备采用隔声罩和隔声玻璃进行隔声；
- 对强噪声源，如罗茨风机房，请专业环保公司设计治理方案，通过在风机房设置吸声顶、隔声窗、吸声墙壁等措施，使罗茨风机房内噪声由113dB(A)降至95dB(A)，同时罗茨风机房外噪声也大大降低；
- 对车间厂房使用隔音门窗，对排气系统安装消声设备；
- 选用低噪声机械设备并尽量减少摩擦、振动、撞击和改变气流；
- 在厂区内和厂区围墙边进行合理绿化，也有效降低了噪声。



固体废弃物处理

立白在生产过程中产生的固体废弃物主要包括热风煤炉炉渣、污水处理污泥、生活垃圾等。

热风煤炉炉渣全部出售给当地建筑材料商用于建筑材料。

废胶桶由供应商回收。

化验室废液和废弃试剂交由有资质的危险废弃物处理商进行处理，并执行固废转移联单制度。

立白集团
固体废弃物
处理办法

污水处理站产生的污泥，属于一般性有机污水污泥，脱水干化后送垃圾填埋场填埋处置。

生活垃圾交由环卫部门处理。



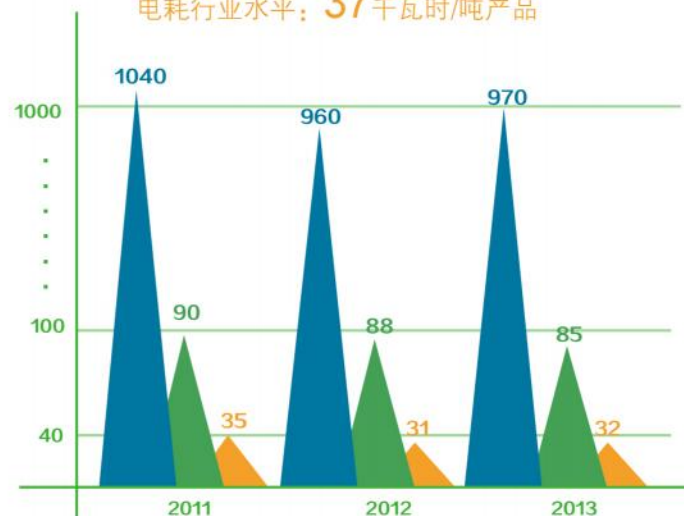
节能降耗

立白在生产过程中尽可能把节能落实到一些细小的环节，比如把硫化的余热回收锅炉转化成用于生产的蒸汽；在一些产品上采用了冷配的办法，减少加热环节，可以节约能耗。此外，在工厂设计时候都尽可能采用节能方案，对于跨楼层成品、半成品的输送，立白都采取了类似于旋转的输送系统，降低电力的消耗。

图表：立白吨产品电耗和煤耗都优于行业平均水平

2011-2013年度各品类主要能耗水平

水耗行业水平：1300吨/吨产品
煤耗行业水平：100公斤煤/吨产品
电耗行业水平：37千瓦时/吨产品



2011-2013年度吨产品减排一览表

● 二氧化碳排放量
● 二氧化硫排放量
● 氮氧化物排放量





社会和谐

- ▶ 关爱外来务工人员
- ▶ 关爱留守儿童
- ▶ 扶贫帮困
- ▶ 抗震救灾
- ▶ 支持教育事业
- ▶ 成就残疾人事业
- ▶ 对抗疾病
- ▶ 促进体育事业

立白22年来的善行义举获得社会高度认可

2007年 立白被商务部《WTO经济导刊》颁发的成长型企业金蜜蜂奖。	2010年 立白获得“南方致敬慈善公益创新奖”。	2011年 立白被评为“中国社会责任优秀企业”。	2015年 立白集团入选“2015中国企业社会责任500强”，成为唯一进百强的本土日化企业。
---------------------------------------	-----------------------------	-----------------------------	---



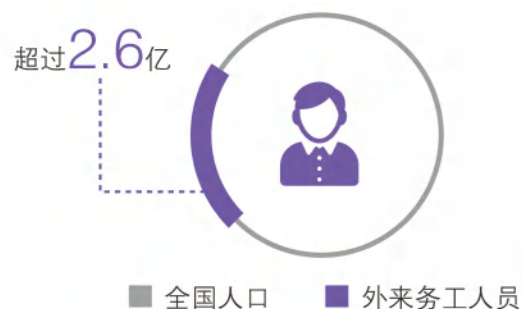
能力越大，责任越大，一个强大的企业除了自身业绩的节节高升，还要能引导行业的良性发展，承担社会责任。发展中的立白积极履行着企业公民的社会责任，关爱民生、匡助教育、周济孤贫，以高度的社会责任感和感恩的心态回馈社会，热心公益慈善事业，关心弱势群体，坚持服务社会、承担责任，累计为公益慈善事业捐款超两亿元。立白认为，公益不仅是提供物质帮助，还应给予受助对象长期的精神关注和慰藉。正如总裁陈凯旋经常强调的：做慈善不但要出钱，更要出“心”，亲力亲为地做善事。多年来，立白人积极投身各种社会公益活动，以“健康幸福每一家”为奋斗使命，为构建和谐社会贡献自己的力量。



公益慈善事业捐款
超两亿元

关爱外来务工人员

中国现有超过2.6亿的外来务工人员，占人口总数将近五分之一。外来务工人员的权益保障、城市融合、精神生活、子女教育以及留守儿童已经引发了一系列社会问题。立白一直对外来务工人员的问题深切关注。



不仅因为立白总部所在的广东省是中国最大的外来务工人员输入大省，更因为立白生产第一线50%的员工都是外来务工人员，他们是立白发展过程不可或缺的重要力量。没有他们的努力，就没有立白的今天。



总裁陈凯旋当面向前总理温家宝建议，对外来务工人员增加温暖，关心他们，重视他们。除了企业要增加对外来工的人文关怀外，还建议设立“外来工日”或者其他专属于外来工的节日，让外来工切切实实感受到城市对他们的重视、肯定和感恩，让他们在异乡感受到温暖和幸福。



“财富，源于社会，归于社会。他以高度的社会责任感，推动了正义与慈善的良性循环，推动财富在社会不同阶层的阳光流转。他让我们看到，一家优秀的企业不仅可以提供优秀的产品和服务，它还可以努力地让世界变得更加美好。”

——“中国正义人物”评选组委会对获得“2011年度中国正义人物特别奖”的立白集团总裁陈凯旋的评价



立白温暖外来务工人员

立白在2007年至2009年独家赞助了贵州电视台的公益节目《中国农民工》。《中国农民工》节目是国内目前唯一一档面向2亿外来务工人员的电视讲述节目，共制作播出48期。来自全国各地的72位外来务工人员走进演播室，以他们最真实的状态来讲述他们或艰辛、或温暖、或心酸、或甜蜜的真情故事。引发了社会对外来务工人员工作与生活的广泛关注。

该节目被国家新闻出版广电总局推荐为二十个创新创业节目之一。来自全国的31个省、

市、自治区观众发来短信或打来电话，他们中包括教师、学生和企业主等各界人士，并纷纷对外来务工人员提供物质和资金的赞助。

除了首开先河，创办外来务工人员这样一档节目之外，2009年5月起，立白携手贵州电视台将公益活动——“微笑行动”推向外来务工人员集中的地区，在上海、宁波、广州、重庆遵义、凯里、都匀、贵阳等地，通过公益广告、慰问演出、立白产品义卖、街头赠送“微笑行动”徽章、发放宣传单等活动，倡议当地市民以一种善意的姿态对待进城务工的外来人员。



连心店

为改善农村消费环境，保障农民方便消费、放心消费，推动社会主义新农村建设，商务部2005年启动农村现代流通网络建设工程，即“万村千乡市场工程”。国家通过安排财政资金，以补助或贴息的方式，引导城市连锁店和超市等流通企业向农村延伸发展“农家店”，力争用三年时间在全国建设25万家标准化“农家店”，覆盖中国75%以上的县。2007年6月，立白成为商务部“万村千乡市场工程”全国范围战略合作伙伴。为此，立白特别开发了适合农村需求的日化用品，以优惠价格供应“万村千乡市场工程”，为农家店提供商品陈列设备等相关知识培训。立白还投入1200万元改善农家店条件，与商务部合作推出1890个连心店。



立白家政促就业工程

2008年国际金融危机后，外向型企业及与关联企业受到较大冲击，出口受阻、市场消费信心不足，导致较多企业停产停工，造成大量外来务工人员就业困难。如何拉动内需，解决外来务工人员就业成为国家亟待解决的头等大事。为此，商务部、财政部、中华全国总工会联合实施了家政促就业工程，计划2009年在全国免费培训20万名家政服务员并安置就业。立白一直以来对外来务工人员问题的关注获得了政府部门的高度认可，全国总工会与立白很快达成共识，携手合作，共同帮助解决外来务工人员在就业、创业、培训、维权和生活等方面的突出困难。合作包括对外来务工人员进行专项的家政服务免费培训，并同时培训合格的家政服务员进行就业推荐。2009年6月，立白与中华全国总工会共同启动了“立白家政促就业工程”，立白出资180万元，扶持3千名培训合格的家政服务员进京就业。

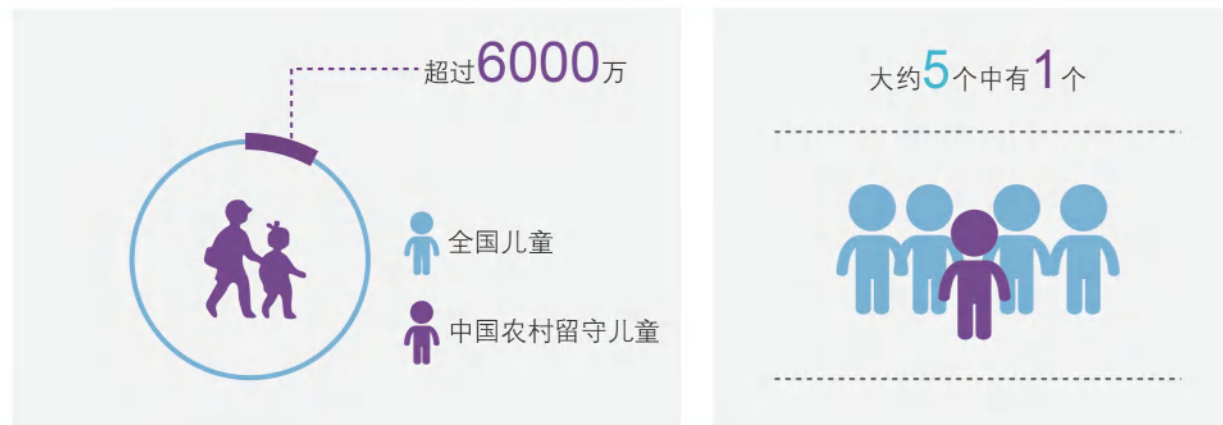


“立白作为国内日化行业中的佼佼者，对新农村建设表现出了极大的热情。立白所倡导的健康、环保、关爱和服务的理念非常吻合“万村千乡市场工程”为人们带来方便和实惠的基本理念。”

——商务部市场体系建设司司长常晓村

关爱留守儿童

随着越来越多青壮年农民走入城市，“农村留守儿童”的群体发展问题越来越明显。根据最新的全国人口普查数字，中国农村留守儿童已经超过6000万，占全国儿童比例的21%。也就是说，全国每五个儿童中，大约就有一个留守儿童。



留守儿童正处于成长发育的关键时期，他们无法享受到父母在思想认识及价值观念上的引导和帮助，成长中缺少了父母情感上的关注和呵护，极易产生认识、价值上的偏离和个性、心理发展的异常。通过大量调研，了解了外来工子女的一系列情况后，立白采取了一系列举措，帮助农民工子弟健康幸福成长。



广州第一支“关爱留守儿童志愿服务队”

2012年3月，立白成立广州第一支关爱留守儿童的志愿者队伍，285名立白员工报名成为首批志愿者。立白投入100万元，通过“立白关爱留守儿童志愿者服务队”，帮助农村留守儿童、外来工子女学校和贫困地区的中小学，让他们乐观自信，快乐成长。

志愿者队伍成立当日，50多名立白志愿者来到了以留守儿童为主的广州市从化区吕田镇第三小学。学校教室简陋，地板渗水，电脑房没有凳子。6个年级，200多个孩子在此就读，很多孩子要走两个多小时山路才能到校。立白志愿者们修葺校园，和小朋友们玩音乐游戏，跳兔子舞。活动当天，立白捐款20万元，为50名优秀学生提供奖学金，为50名特困学生提供住宿补贴，安排10条学生专用公交线路，解决学生“上学难”问题。

2012年6月，70多名立白关注留守儿童志愿者来到广州梅州大埔县茶阳镇安乐村。根据当地蜜柚种植的传统和优良天然条件，立白出资12万元和安乐村的

蜜柚种植专业户共同建立起“立白红领巾爱心柚子园”，并出资8万元建立关爱留守儿童慈善基金，用于资助品学兼优的贫困学生。在20年合作期中，2000颗柚子苗每年全部收益返回给关爱留守儿童慈善基金，用于贫困儿童和留守儿童教育环境及教育条件的改善，从而建立长效机制，有效地遏制因贫困而辍学的现象，帮扶他们顺利完成学业。项目启动当天，立白志愿者与当地村民和留守儿童共同种下了代表希望的柚子树苗，并帮助学校修复蓄水池，慰问贫困儿童，向他们捐赠了学习用品、日用品。



连续多年助学广西读书娃



从2011年9月起，立白与广西电视台合作，在广西南宁、柳州、桂林、玉林、梧州、北海、崇左、来宾、百色、钦州、防城港、贵港、贺州、河池14个地级市的边远地区开展了三期爱心助学活动。

这些学校大都地处深山，从省会南宁出发，立白志愿者长途跋涉，最远要颠簸10多个小时的车程，在之后下车步行的山路上，旁边就是悬崖的巴掌宽小路，或者就是石头流水，还有简单两根木桩搭起的木桥。

千辛万苦来到这些与外界几乎隔绝的贫困山区，当地留守儿童的生存状况另生活在大城市的立白志愿者们触目惊心：有的学校1000多名学生中，80%都是留守孩子，有的学校30多名学生只有一位老师；有的学校一直有通水通电，孩子们只能在

下雨时与当地村民共饮从楼板上流下的雨水，或者每天到距离十多公里远的地方挑水，每周要走几个小时的山路到城里买菜，有的教室门板、窗框、窗扇已经严重腐化，教学楼存在安全隐患；有的学校住宿条件有限，甚至四个学生挤在一张没有被褥的单人床上；有的没有围墙，附件村民的家禽家畜随意进到校园，社会青年经常到校园内打牌赌博。

针对每所学校的不同需求，立白志愿者为他们打井，买抽水泵，架电线杆，修葺教室，厨房，篮球场，乒乓球台，修建围墙，建立图书馆，捐赠课桌椅，书籍，冰箱，棉衣，棉被，电视机，电脑，黑板、学生床、篮球，文具，提供助学基金。立白志愿者带来的电脑更是让孩子欢呼雀跃，因为电脑不仅可以帮助他们了解外边精彩的世界，对于这些留守孩子来说，这也是他们和爸爸妈妈每周视频见面的唯一保障。

随着广西助学活动的深入展开，立白也将更深入地参与到贫困地区的希望工程事业中。从第三期助学活动开始，立白将投入更长周期，建立更多立白小学。同时，除了关注孩子的学习环境、学习设备外，还将更关注孩子的生活，将爱心传递得更到位。

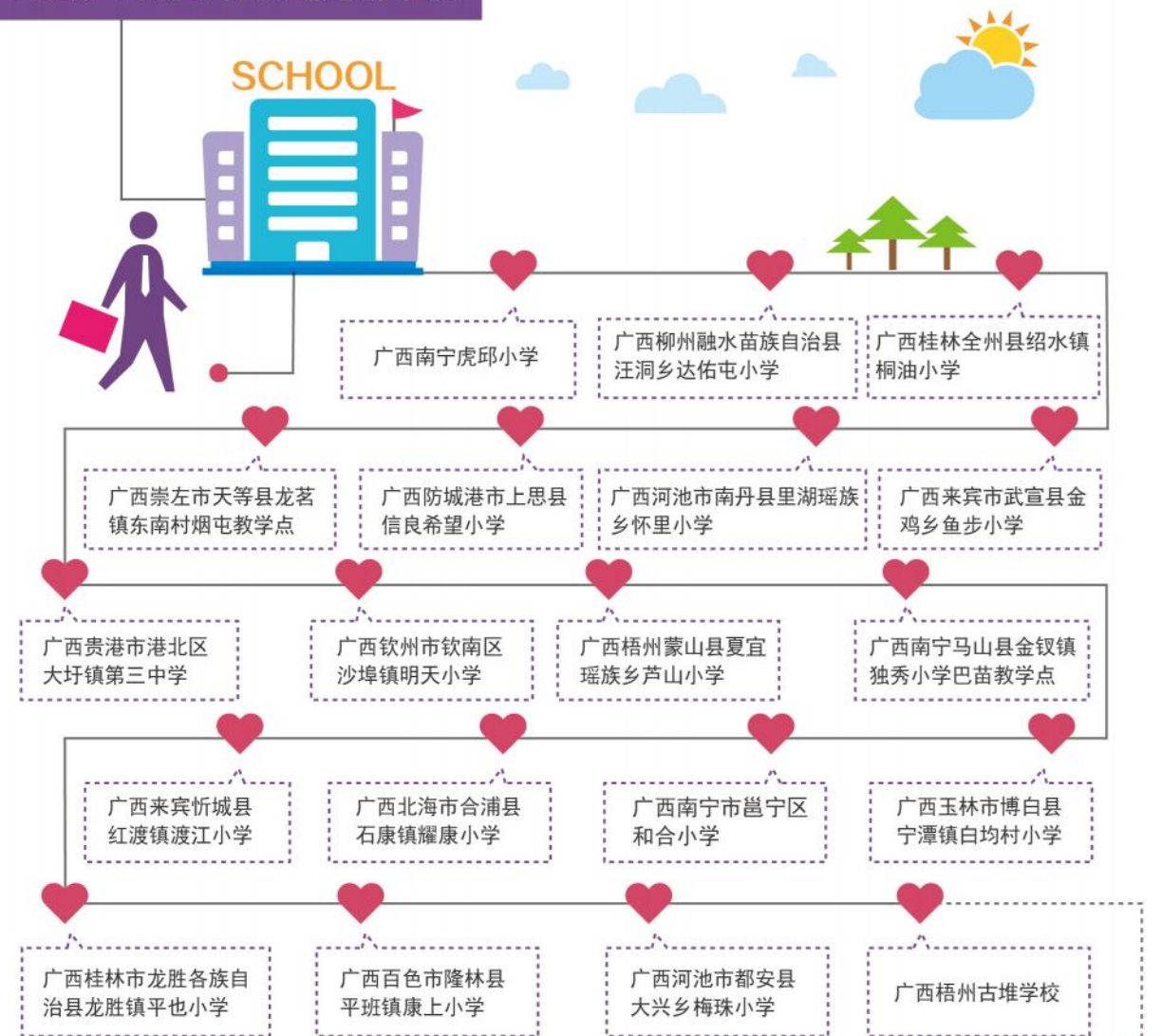


2012年立白集团志愿者走进广东梅州，种植“立白红领巾爱心柚子园”并设立关爱留守儿童慈善基金。



立白集团志愿者为偏远地区小朋友上音乐课

立白广西爱心行所走过的学校



换上新课桌，孩子们在念书。



爱心餐桌安装完毕，同学们吃到的最美的午餐。

 捐赠爱心午餐



2015年5月，为庆祝“五四”青年节，继承和发扬“五四”运动的光荣传统，立白集团团委在集团范围内举办了一场“公益夜跑嘉年华”，每一位参赛者在规定时间内完成5公里夜跑，集团团委就为“免费午餐”公益机构捐出10份午餐，最终，立白团委通过“免费午餐”公益机构为贫困地区学童捐赠了1000份的免费午餐。

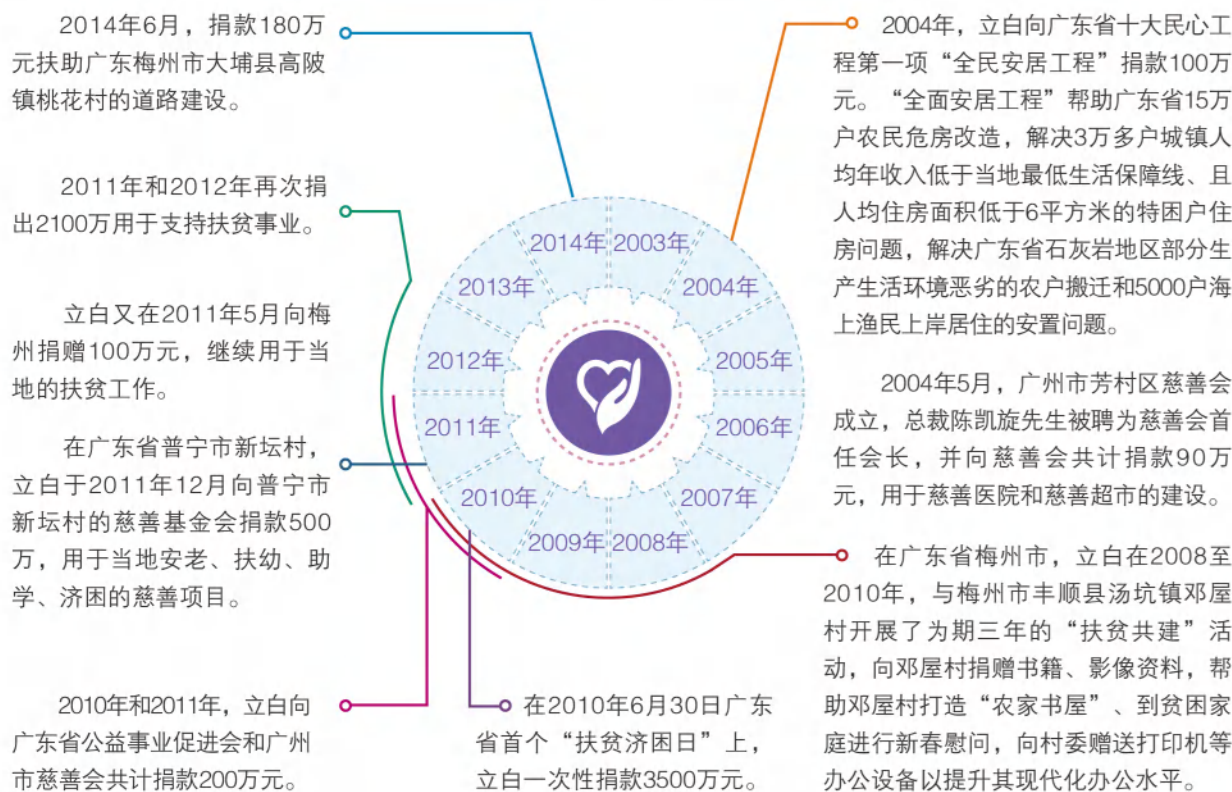

洁净大行动

2014年4月，立白携手公益组织“免费午餐”走进广东肇庆市怀集镇南小学，开展了一次别开生面的“洁净大行动”，使孩子们不但享受到免费午餐，还可以用到洁净的餐具，穿上洁净的衣服。50名立白志愿者，携带400份清洁大礼包及文具用品，现场教小朋友洗衣服、清洁餐具，为小朋友检测牙齿，还教小朋友跳起简单欢快的洗澡舞。除志愿者外，很多不能亲自到现场奉献爱心的立白员工以另外一种方式展示了对留守儿童的爱：由于当地文教用品比较匮乏，很多员工自愿发起为孩子们捐赠学习用品和玩具。

2015年5月14日，在六一儿童节来临之际，立白集团携手美国陶氏化学在四川资阳石川希望小学举行“我是小当家”儿童生活技能关爱日公益活动。由立白研发中心的科学家、立白洗涤事业部和立白个清事业部的志愿者组成的立白志愿者服务队，在教室为希望小学的孩子讲解如何正确的洗衣服，如何正确的清洁口腔。同时，立白集团还为希望学校的孩子们赠送了儿童节礼物——清洁大礼包，含有好爸爸洗衣粉、立白儿童牙膏和立白儿童牙刷。立白集团不仅自身积极投入公益慈善，履行社会责任，还将带动更多的产业链上下游合作伙伴一起做公益。

扶贫助困

“全国最富的人群在广东，最穷的人群也在广东。”国务院副总理，时任广东省委书记汪洋一席话深刻指出了广东省随着经济飞速发展，城乡区域发展不平衡的问题。除捐款外，本着“用心做善事”的原则，在援助项目准备阶段，总裁陈凯旋和立白相关人员亲赴不具备生产生活条件的贫困村庄考察，对扶贫内容、方式和资助情况进行充分探讨，通过前期周密调研，提出具有针对性的，输血+造血相结合的可持续扶贫方案。



抗震救灾

灾难无情，爱心有情。从1998年特大洪水，2006年广东洪灾，到2013年潮汕地区五十年不遇的特大洪灾，处处都留下立白积极抗灾的身影。在一家充满大爱的公司，每当灾难发生的时候，除公司层面的积极捐款，更多员工，经销商都会自发地集体行动起来，真正为受灾地区和人民献出他们最真挚的关怀。

青海玉树地震

2010年4月14日，立白向青海玉树7.1级地震灾民捐款100万元。员工也在短短2天里为玉树捐款共计12万余元。

汶川地震

2008年5月12日，四川省阿坝藏族羌族自治州汶川县发生里氏8.0级地震，立白第一时间向汶川地区捐款150万元人民币，通过经销商，向当地捐赠价值8万元的物资；员工自发向灾区捐款超过30万，与此同时，立白集团员工还自发组织向灾区捐款捐物，用于援助灾区抗震救灾和灾后重建工作。

总裁陈凯旋通过公开信，电话短信等方式亲自慰问来自灾区的员工，立白驻四川的员工和经销商，向他们发放慰问金，安排专人与161名来自灾区的员工进行访谈，对家庭受灾的31名员工进行慰问安抚工作并发放了慰问金。眼看灾情的严峻情况，又追加捐款100万元，并向地震灾区提供蚊香，牙膏等急需的生活用品。

立白驻四川销售公司员工在强震后的第三天就分头给所有经销商打电话询问受灾情况，并向受灾严重的经销商发放慰问金。四川当地未受影响的经销商除向灾区捐款外，部分经销商负责人不顾生命危险，亲自采购了生活物资准备送往灾区。立白全国的经销商也行动起来，向四川受灾经销商表示援助，并号召经销商力所能及向受灾超市和批发零售商表示慰问。

雅安地震

2013年4月，四川雅安发生地震后，立白员工第一时间与雅安民政局取得了联系，紧急调集了饮用水、洗衣粉、牙膏、蚊香、杀虫气雾剂等共计1万多箱急需物资，以及一批大雨伞和帐篷支援灾区。由13人组成的立白志愿者亲自开着满满六辆物资车辆将立白爱心带到灾区一线。



云南鲁甸地震重建及西藏先天性心脏病患儿手术治疗

2014年8月3日，云南省昭通市鲁甸县发生6.5级地震。地震造成超过108万人受灾，至少有589人在这次地震中失去了生命。为帮助灾区重建，2014年8月31日，由立白全程赞助的中国百位艺术家西藏写生创作行公益活动正式启动。来自广东省书法家协会，广东画院，广东省美术家协会，中国艺术研究院，清华大学吴冠中艺术研究院，湖南省油画协会等百位艺术家以“人与自然”、“关切生命”为主题，在西藏开展写生创作。并在创作完成后将捐献作品慈善拍卖。所得款项除用于鲁甸灾区重建工作外，还将支援西藏地区近7000名先天性心脏病患儿的救治工作，帮助他们重获健康。

支持教育事业

教育对于提升国民素质，促进社会进步以及每个家庭的幸福生活都至关重要。一些贫困家庭的孩子因为贫穷不得不过早中断学业的消息，牵动了立白每一个人的心。总裁陈凯旋先生多次以个人名义向广州市以及广东省境内的贫困学生资助学费，为这些孩子从小学，中学到大学解决部分学费和生活费用。此外，立白尊师重教，出资设立广东番禺新造镇教育基金，奖励当地优秀教师；为广州市南沙区奖教奖学方案项目捐赠100万，资助南沙区教育基金会的成立。立白所做的一切，就是希望更多人能够通过教育，改变自己的命运，获得更加幸福的人生。

2013年8月，立白捐资4000多万元建设的广东普宁陈宝文学校正式落成。学校建筑面积超过2万平方米，配备图书馆、礼堂、宿舍、电脑等教学设备和塑胶跑道、羽毛球场、篮球场等体育设施。可容纳学生5000人，满足小学至初中的教学规模。学校抗八级地震，完全保障学生安全。除硬件措施外，立白还帮助普宁陈宝文学校引进优良师资，推动吸纳优质生源，并在学校设立奖助学金和教师教育奖，奖励品学兼优的学生和为人师表的教师。



成就残疾人事业

安置了837位残疾人的工作。本着“用心做善事”的原则，立白对社会残疾人员的扶持不仅仅是提供基本生活保障，节假日的问候，而是更加用心的帮助他们恢复工作能力，成就一番事业。在立白资助的残疾人中，有智力障碍的木雕家何静，有民间剪纸艺人李秀枝。立白除了为她们解决生活后顾之忧，还不断提供精神鼓励，让她们专心进行创作。在立白的支持下，李秀枝所获剪纸艺术奖项达到60多项，其作品《前程似锦》在中国·巴西友好艺术交流赛获金奖，作品《仙临羊城花以锦》获中国剪纸艺术精品博览会银奖，她的作品还在广州最著名的商业街，上下九步行街设展亭展出销售。



对抗疾病

2003年非典时期，立白向北京、广东、湖北、湖南、内蒙古等省市部分重点医院和医务机构，如北京护理学会、广州医科大学第一附属医院、中山大学附属第三医院、广东省中医院等7家医院捐款200万元除菌类产品和款项，并在疫情严重的城市主流报纸上刊登慰问白衣天使的慰问信。此外，立白还协同广州市芳村区工商分局到广州三大市场现场派发《防止非典宣传手册》和立白除菌类产品。

2004年6月，立白出资200万元，携手广东省人民医院，为广东省贫困山区的患者提供免费医疗。治疗病人最大96岁，以60岁以上老人居多。立白帮助他们重见光明，安度晚年。

2009年8月，向广东普宁市贫困家庭先天性心脏病患儿“救心爱心”行动捐赠100万元，用于该市贫困家庭先天性心脏病患儿救助。普宁市每年有200多名新生儿患有先天性心脏病，其中不少因贫困得不到及时救治而面临生命危险。

2010年，向广州医学院第一附属医院捐赠200万元，用于医院添置医疗设备和环境改善。

2012年端午节，立白位于河南新乡生产基地的员工来到新乡“龙子心智障儿童托管中心”看望那里的孩子，并为孩子们带去端午节礼物。

促进体育事业

立白积极支持中国体育事业的发展，积极赞助了从大学生运动会，全运会，亚运会到奥运会各个主要赛事。2001年，立白向第九届全国运动会赞助700万元人民币，成为九运会特约赞助商。立白洗衣粉、洗洁精、牙膏、香皂等十种产品成为九运会唯一指定专用洗涤产品；2007年7月，出资100万元赞助第八届全国大学生运动会；2008年北京奥运会洗涤用品供应商，2008年北京残奥会洗涤用品独家供应商。是中国日化行业中唯一的本土赞助企业。



2010年10月，陈凯旋总裁为第16届亚运会传递圣火。200名立白员工组织了亚运安保队伍，为亚运会开幕式和闭幕式协助维持秩序。

广州亚运会期间，立白二百多名党员均以高涨的热情，响应“争做好市民，当好东道主”的号召，积极投身亚运志愿服务工作，组建了“五支亚运精英队伍”。一是组建了一支以党员为主要力量的200人亚运安保队伍。整支队伍纪律严明，装备优良，圆满完成了亚运会安保工作。二是组建13人的“亚运啦啦队”，为亚运会贡献风采，啦啦队自编舞蹈《舞动青春》在“迎亚运”健美操大赛上喜获银奖。三是组建50人的“亚运志愿助威团”，为亚运健儿呐喊助威。四是组建15人的“亚运村开幕式演练团”，认真测试亚运村相关设备。五是组织100人的亚运“双语培训班”，丰富服务亚运的技能。



立白集团组建“亚运啦啦队”



立白集团第一副总裁陈凯臣为北京残奥会比赛获奖选手颁奖



“作为赞助奥运的唯一的民族日化企业，立白集团不仅在品牌信誉、产品质量、科技创新，还是在对环保的突出贡献与人文关注上都与本届奥运会“科技、绿色、人文”的主题非常契合。”

——第29届奥运会组委会市场开发部部长刘军

关于本报告



“立白做的是日化，经营的是文化；立白出的是精品，体现的是精神；立白是非公企业，却处处都是为公。希望立白集团作为广州有影响力的民营企业，进一步履行好非公企业的社会责任，继续为我市非公企业做大做强做出应有的贡献。”

——广州市常委丁红都

报告说明

本报告为立白集团发布的第一份企业社会责任报告，报告主要反映了立白集团致力于发展民族大日化产业，从1994年成立至2015年间，以满足中国消费者日益多样化的需求为己任，在‘一家亲’、‘感恩心’和‘责任感’为核心的企业文化统领下，在业务持续发展，企业不断壮大的同时，积极履行其对环境和社会的责任，将‘绿色’环保理念融入企业运营的血脉中，并身体力行积极投身于创建和谐社会的公益实践所付出的努力。

本报告参照全球报告倡议组织《可持续发展报告指南（4.0版）》编写。

报告获取

📍 通讯地址：广州市荔湾区陆居路2号立白中心

🌐 网址：<http://www.liby.com.cn/>

📠 传真：020-81252855

☎ 电话：020-81251789

✉ 电邮：csr@liby.com.cn

可持续发展报告编制指南（GRI4）索引

本报告参照全球报告倡议组织《可持续发展报告指南（4.0版）》编写，共采用指标84项，未采用指标62项，另有23项指标不适用。

指标编号	内容	指标编号	内容
战略与分析		G4-23	说明范围、方面边界与此前报告期间的重大变动
G4-1	机构决策者（如CEO，董事长）就可持续发展与企业的相关性及企业可持续发展战略声明	利益相关方	
G4-2	描述机构的主要影响、风险和机遇	G4-24	机构的利益相关方列表
公司概况		G4-25	就所选定的利益相关方？说明识别和选择的根据
G4-3	机构名称	G4-26	利益相关方参与的方法，包括按不同的利益相关方类型及组别的参与频率，并指明是否有任何参与是专为编制报告而进行
G4-4	主要品牌、产品和服务	报告概况	
G4-5	机构总部的位置	G4-27	利益相关方参与的过程中提出的关键主题及顾虑，以及机构回应的方式，包括以报告回应。说明提出了每个关键主题及顾虑的利益相关方组别
G4-6	机构在多少个国家运营？在哪些国家有主要业务？或哪些国家或地区与报告所述的可持续发展主题特别相关？	G4-28	所提供信息的报告期（如财务年度或日历年度）
G4-7	所有权性质及法律形式	G4-29	上一份报告日期（如有）
G4-8	所服务的市场（包括地区细分、所服务行业、客户类型）	G4-30	报告周期（如每年一次、两年一次）
G4-9	机构规模，包括员工人数、运营地点数量、净销售额（私营机构适用）或净收入（公共机构适用）、按债务和权益细分的总市值（私营机构适用）、所提供的产品或服务的数量	G4-31	关于报告或报告内容的联络人
G4-10	•按雇佣合同和性别划分的员工总人数；•按雇佣合同和性别划分的固定员工总人数；•按正式员工、非正式员工和性别划分的员工总数；•按地区和性别划分的员工总数；•机构的工作是否有一大部分由法律上认定为自雇的人员承担，或由非员工及非正式员工的个人（包括承包商的员工及非正式员工）承担；•雇佣人数的重大变化	G4-32	a、说明针对所选方案的GRI内容索引 b、如报告经过外部鉴证，引述外部鉴证报告
G4-11	集体谈判协议覆盖的员工总数百分比	G4-33	a、为报告寻求外部鉴证的政策和目前的做法 b、如未在可持续报告附带的鉴证报告中列出，则需说明已提供的任何外部鉴证的范围和依据 c、说明报告机构与鉴证服务方之间的关系 d、说明最高治理机构或高级管理人员是否参与为可持续发展报告寻求鉴证
G4-12	描述机构的供应链情况	治理	
G4-13	报告期内，机构规模、架构、所有权或供应链发生的重大变化	G4-34	机构的治理架构，包括最高管理机构下各委员会。说明负责经济，环境，社会影响决策的委员会
G4-14	机构是否及如何按预警方针及原则行事	G4-35	说明从最高管理机构授权高级管理人员管理经济，环境和社会议题的流程
G4-15	机构参与或支持外部机构发起的有关经济、环境、社会公约、原则或其他倡议	G4-36	机构是否任命高管负责经济，环境和社会议题，他们是否向最高治理机构汇报
G4-16	加入的协会（如行业协会）国家或国际倡议组织	G4-37	利益相关方和最高管理机构就经济，环境和社会议题的磋商过程
确定的实质性方面与边界		G4-38	按以下分类，说明最高管理机构及其委员会的组成：•执行成员或非执行成员；•独立成员；•管理机构的任期；•管理机构各成员担任其他重要职位的数量及相关责任的性质；•性别；•未被充分代表的社会群体成员；•与社会责任影响有关的专业能力；•利益相关方代表
G4-17	列出机构的合并财务报表或同等文件中包括的所有实体；说明在合并财务报表或同等文件包括的任何实体中，是否有未纳入可持续发展报告的实体	G4-39	最高管理机构的主席是否兼任行政职务（如有，说明其在机构管理层的职能以及如此安排的原因）
G4-18	说明界定报告内容和方面边界的流程 说明机构如何应用“界定报告内容的报告原则”	G4-40	最高管理机构及其委员会提名和甄选过程，及用于提名和甄选最高管理机构成员的条件，如： •是否以及考虑了多样性；•是否以及如何考虑了独立性；•是否以及如何考虑了企业社会责任的能力和经历；•是否以及如何考虑了利益相关方（包括股东）参与
G4-19	列出在界定报告内容过程中确定的所有实质性方面		
G4-20	对于每个实质性方面，说明机构内方面的边界		
G4-21	对于每个实质性方面，说明机构外方面的边界		
G4-22	说明重订前期报告所载信息的影响，以及重订原因		

指标编号	内容	指标编号	内容
G4-41	最高管理机构确保避免和控制利益冲突的程序，是否向利益相关方披露利益冲突	G4-EC2	气候变化对机构的财务影响、风险和机遇，比如：
G4-42	在制定，批准，更新与企业社会责任相关的宗旨，价值观或使命，战略，政策与目标方面，最高管理机构和高管的角色	G4-EC3	机构固定收益型养老金所需资金的覆盖程度
G4-43	为加强最高管理机构对于企业社会责任主题的集体认识而采取的措施	G4-EC4	政府给予的财政补贴
G4-44	评估最高管理机构管理经济，环境和社会议题绩效的流程，该评估是否独立进行，频率如何，是否为我评估	G4-EC5	不同性别的工资起薪水平与机构重要运营地点当地的最低工资水平的比率
G4-45	a、在识别和管理企业社会责任影响，风险和机遇方面，最高管理机构的角色，包括最高管理机构在实施尽职调查方面的角色 b、是否使用利益相关方咨询，以支持最高管理机构对企业社会责任影响，风险和机遇的识别与管理	G4-EC6	机构在重要运营地点聘用的当地高层管理人员所占比例
G4-46	在评估有关企业社会责任风险管理流程方面，最高管理机构的角色	G4-EC7	开展基础设施投资与支持性服务及其影响
G4-47	最高管理机构评估企业社会责任影响，风险和机遇的频率	G4-EC8	重要的间接经济影响以及程度
G4-48	正式审阅和批准企业社会责任报告并确保已涵盖所有实质性方面的最高委员会或职位	G4-EC9	在重要运营地点，向当地供应商采购支出的比例
G4-49	说明与最高管理机构沟通重要议题的流程	环境	
G4-50	说明与最高管理机构沟通的重要议题的性质和次数，以及采取的解决机制	G4-EN1	所用物料的重量或体积
G4-51	最高管理机构和高管的薪酬政策	G4-EN2	采用经循环再造物料的百分比
G4-52	说明决定薪酬的过程。说明是否有薪酬顾问参与薪酬的决定，他们是否独立于管理层。说明薪酬顾问与企业是否存在其他关系	G4-EN3	机构内部的能源消耗量
G4-53	说明如何征询并考虑利益相关方关于薪酬的意见，包括对薪酬政策和提案投票的结果	G4-EN4	机构外部的能源消耗量
G4-54	在企业具有重要业务运营的国家，薪酬最高个人的年度总收入与企业在该国其他所有员工平均年度总收入的比率	G4-EN5	能源强度
G4-55	在企业具有重要业务运营的国家，薪酬最高个人的年度总收入增幅与企业在该国其他所有员工平均年度总收入增幅的比率	G4-EN6	减少的能源消耗量
商业伦理与诚信		G4-EN7	产品和服务所需能源的降低
G4-56	说明机构的价值观，原则，标准和行为规范，如行为准则和道德规范	水	
G4-57	对道德与合法行为征询建议的内外部机制，以及与机构诚信有关的事务，如帮助热线或建议热线。	G4-EN8	按源头说明总耗水量
G4-58	举报不道德或不法行为的内外部机制，以及与机构诚信有关的事务，如通过直线管理者逐级上报、举报机制或热线。	G4-EN9	因取水而受重大影响的水源
具体标准披露项		G4-EN10	循环及再利用水的百分比和总量
经济		生物多样性	
G4-EC1	机构产生和分配的经济价值：a、产生的直接经济价值 •收入；b、分配的经济价值 •运营成本 •员工薪酬和福利 •出资人支付的款项 •纳税 •社区投资	G4-EN11	机构在环境保护区或其他具有重要生物多样性价值的地区或毗邻地区拥有、租赁或管理的运营点
		G4-EN12	企业的活动、产品或服务在生物多样性方面，对保护区或其他具有重要生物多样性价值的地区的重大影响
		G4-EN13	受保护或经修复的栖息地
		G4-EN14	按濒危风险水平，说明栖息地受机构运营影响的列入国际自然保护联盟红色名录及国家保护名册的物种总数
		废气排放	
		G4-EN15	直接温室气体排放量
		G4-EN16	能源间接温室气体排放
		G4-EN17	其他间接温室气体排放量
		G4-EN18	温室气体排放强度
		G4-EN19	减少的温室气体排放量
		G4-EN20	臭氧消耗物质（ODS）的排放量
		G4-EN21	氮氧化物、硫氧化物和其他主要气体的排放量
		污水和废弃物	
		G4-EN22	按水质及排放地分类的污水排放量
		G4-EN23	按类别和处理方法分类的废弃物总重量
		G4-EN24	严重泄漏的次数和总量
		G4-EN25	有害废弃物经运输、或处理的重量，以及运往境外的废弃物中有害废弃物的百分比
		G4-EN26	受机构污水或其他排放严重影响水体及相关栖息地的位置、面积、保护状态及生物多样性价值

指标编号	内容	指标编号	内容
产品		男女同酬	
G4-EN27	降低产品对环境影响的程度	G4-LA13	按员工类别和重要运营地点划分，男女基本薪金和报酬比例
G4-EN28	回收售出产品和包装物的百分比	供应商劳工实践评估	
商业伦理与诚信		G4-LA14	使用劳工实践标准筛选的新供应商所占比例
G4-EN29	违反环境法规而处以重大罚款的金额，以及非经济处罚的次数	G4-LA15	供应链对劳工实践的重大实际和潜在负面影响以及采取的措施
交通运输		劳工问题申诉机制	
G4-EN30	因运输产品、货物以及员工交通所产生的重大环境影响	G4-LA16	经由正式申诉机制提交，处理和解决的劳工问题申诉数量
整体情况		人权	
G4-EN31	按类别说明总环保支出和投资	投资	
供应商环境评估		G4-HR1	含有人权条款或已进行人权审查的重要投资协议和合约的总数及百分比
G4-EN32	使用环保标准筛选的新供应商比例	G4-HR2	就经营相关的人权政策及程序，员工接受培训的总小时数，以及受培训员工的百分比
G4-EN33	供应链对环境的重大实际和潜在负面影响，以及采取的措施	非歧视	
环境问题申诉机制		G4-HR3	歧视事件的总数，以及机构采取的纠正行动
G4-EN34	经由正式申诉机构机制提交，处理和解决的环境影响申诉的数量	结社自由与集体谈判	
社会		G4-HR4	已发现可能违反或严重危及结社自由和集体谈判的运营点或供应商，以及保障这些权利的行动
劳工实践和体面工作		童工	
雇佣		G4-HR5	已发现具有严重使用童工风险的运营点和供应商，以及有助于有效杜绝使用童工情况的措施
G4-LA1	按年龄组别、性别及地区划分的新进员工和离职员工总数及比例	强迫与强制劳动	
G4-LA2	按重要运营地点划分，提供给全职员工的福利	G4-HR6	已发现具有严重强迫或强制劳动事件风险的运营点和供应商，以及有助于消除一切形式的强迫或强制劳动的措施
G4-LA3	产假后回到工作和保留工作的比例	安保措施	
G4-LA4	有关重大运营变化的最短通知期	G4-HR7	安保人员在人权政策和程序方面接受培训的百分比
职业健康与安全		原住民权利	
G4-LA5	由劳资双方组建的职工健康与安全委员会中,能帮助员工监督和评价企业健康安全项目的员工所占比重	G4-HR8	侵犯原住民权利的事件总数以及企业采取的行动
G4-LA6	按地区和性别划分的工伤类别，职业病，误工及缺勤比例；因公死亡人数	评估	
G4-LA7	从事职业病高发职业或高职业病风险职业的工人	G4-HR9	接受人权审查或影响评估的运营点的总数和百分比
G4-LA8	与工会达成的正式协议中有关健康和安全的议题	供应商人权评估	
培训与教育		G4-HR10	使用人权标准筛选的供应商比例
G4-LA9	按性别和员工类别划分，每位员工每年接受培训的平均小时数	G4-HR11	供应链对人权的重大实际和潜在负面影响以及采取的措施
G4-LA10	为加强员工持续就业能力及协助管理职业生涯终止的技能管理及终生学习计划	人权问题申诉机制	
G4-LA11	定期接受绩效和职业发展考评的员工百分比	G4-HR12	经由正式申诉机制提交，处理并解决的人权申诉数量
多元化与机会平等			
G4-LA12	按性别、年龄组别，少数族裔成员及其他多元化指标划分,治理机构成员和各类员工的组成		

指标编号	内容	指标编号	内容
社会		客户隐私权	
当地社区		G4-PR8	侵犯客户隐私权或遗失客户资料的经证实投诉总数
G4-SO1	实施了当地社区参与，影响评估和发展计划的运营点比例	合规	
G4-SO2	对当地社区具有重大实际或潜在负面影响的分支机构	G4-PR9	违反提供或使用产品的法律法规,说明重大罚款总金额
反腐败			
G4-SO3	已进行腐败风险评估的分支机构总数和百分比以及已识别的重大风险		
G4-SO4	反腐败政策和程序的传达及培训		
G4-SO5	确认的腐败事件和采取的行动		
公共政策			
G4-SO6	政治性捐赠总金额		
反竞争行为			
G4-SO7	涉及反竞争行为，反托拉斯和垄断行为的法律诉讼总数和结果		
合规			
G4-SO8	违反法律法规被处以重大罚款的金额以及非经济处罚的次数		
供应商社会影响评估			
G4-SO9	通过社会影响标准筛选的供应商比例		
G4-SO10	供应链对社会的重大实际和潜在的负面影响，以及采取的措施		
社会影响问题申诉机制			
G4-SO11	经由正式申诉机制提交,处理和解决的社会影响申诉数量		
产品责任			
客户健康与安全			
G4-PR1	为应对产品或服务整个生命周期中的健康安全问题，是否存在系统性方法		
G4-PR2	违反产品健康与安全法规的事件		
产品及服务标识			
G4-PR3	机构产品和服务信息及标识的程序要求的产品和服务信息		
G4-PR4	违反产品信息标识法规或自愿性准则的事件总数。		
G4-PR5	客户满意度调查结果		
市场推广			
G4-PR6	禁售或有争议产品的销售		
G4-PR7	违反有关市场推广（包括广告、推销及赞助）的法规及自愿性准则的事件总数		