

# 2008可持续性发展报告

## 汉高的企业社会责任



# Henkel

*A Brand Like a friend*

推动变革

# 汉高简述

## 2004年至2008年的可持续性发展表现

环保指数（每公吨产出）*		
废水承载（COD排放）	-4%	↘
二氧化碳(CO <sub>2</sub> )	-6%	↘
能源	-11%	↘
挥发性有机化合物(VOC)**	-24%	↘
重金属	-29%	↘
废物	-30%	↘
水	-35%	↘
二氧化硫(SO <sub>2</sub> )	-41%	↘
工伤***	-63%	↘

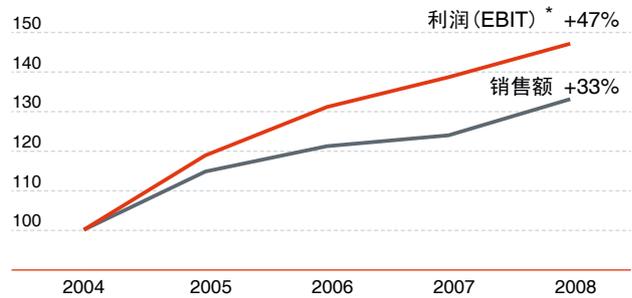
\* 环保指数包括国民淀粉业务（从2008年4月份开始）

\*\* 挥发性有机化合物不包括国民淀粉业务

\*\*\* 每100工时所发生的工伤事故

## 2004年至2008年的业务表现

百分比：2004年指数



\* 2008年：经一次性支出、利润以及重组成本调整后的营运利润(EBIT)

## 公司概况

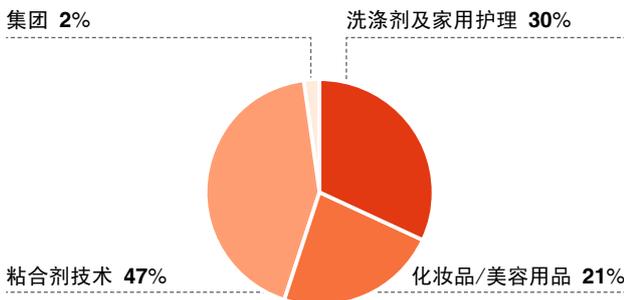
我们的品牌和技术主要涉及三大战略业务领域：洗涤剂及家用护理、化妆品/美容用品和粘合剂技术。我们拥有55,000名员工，其中82%受雇于德国境外。

2008年，我们的总销售额达到141.31亿欧元。销售额增长了8.1%，主要是由于汉高对国民淀粉业务的收购以及有机增长。营运利润(EBIT)为7.791亿欧元，显著低于上年13.44亿欧元的水平，利润的下降主要归因于效率提升计划、全球卓越计划以及国民淀粉业务

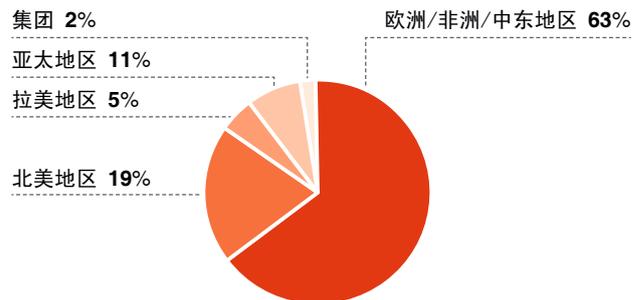
整合等的重组成本和一次性支出。调整后的营运利润（调整后EBIT）上升了6.6%，达到14.60亿欧元。在除去收购国民淀粉业务产生的3500万欧元无形资产摊销净额后，得出了上述调整后的营运利润。在除去摊销费用之前，调整后的EBIT提高了9.1%，达到14.95亿欧元【AR第36和39页】。

[www.henkel.com](http://www.henkel.com)

## 各业务部门销售额



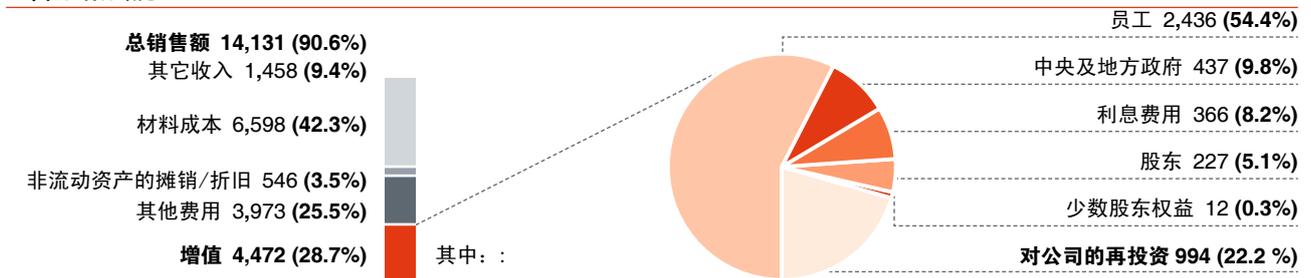
## 各地区销售额<sup>1)</sup>



<sup>1)</sup> 包括集团：与汉高集团并账  
集团=不分配给各业务部门的销售额和服务

## 2008年增值表

(单位：百万欧元)



# 目录

## 本报告范围

1992年，汉高发布了首份环境报告，经过随后的发展和精简，形成了现在的可持续性发展报告。该报告每年发布一次，涵盖了生态和社会方面，对我们的年报进行了补充。如需了解企业社会责任(CSR)的更多信息，您可登陆[www.henkel.com/sustaninability](http://www.henkel.com/sustaninability)或查看汉高的其它出版物【**SR**第37页】。

本报告的内容反映了可持续性发展的相关实质性挑战，这是我们在业务活动中必须解决的问题。本报告的主题包括我们与大型利益相关团体进行持续性对话的结果。我们尤其关注与国际可持续性发展专家进行的对话、欧洲化学工业委员会(CEFIC)的要求、各种以财务及可持续性为导向的评级机构的标准及全球报告倡议组织(GRI)的指南。如需了解GRI指数及其链接的详细情况，您可登陆[www.henkel.com/sr2008-2](http://www.henkel.com/sr2008-2)。

可持续性发展报告涵盖了合并财务报表中所包含的全部公司，其中包括直属公司及2008年收购的国民淀粉业务。本报告中所举的案例是根据其创新性、相关性以及反应本公司工作状况的程度选出的。与生产有关的环保指数采用了57个国家的生产现场数据，这些国家的生产量占本公司全球产量的95%以上。工伤事故采用全球统一的报告系统进行登记，覆盖了汉高98%的员工。若在本报告期间发生了严重的运营事故，汉高将会如实公开这些事故，以及所采取的应对措施。

本报告的报告期间为2008财年。为表明可持续性发展对我们业务的重要程度，我们在2009年2月25日的新闻发布会上同时发布了本报告期间的汉高年报和可持续性发展报告。

## 2 前言

## 3 可持续性发展理事会

## 4 可持续性发展战略

## 5 目标

## 6 价值观及管理

## 9 可持续性管理

## 11 供应商及其他业务合作伙伴

## 12 可持续性品牌及技术

## 14 洗涤剂及家用护理

## 16 化妆品/美容用品

## 18 粘合剂技术

## 20 生产与物流

## 24 环保指数

## 26 员工与岗位

## 30 职业健康与安全

## 31 社会承诺

## 34 与利益相关者的对话

## 36 外部评估

## 37 联系信息和出版信息

## 更多信息：

2008年可持续性发展报告中包括许多对本报告其它页内容、年报的参考，以及更多互联网信息的链接。

登陆[www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008)，即可咨询“Further Links Report 2008”页面，此页面列出了所有的参考及其正确编号，点击即可获取所需信息。此外，我们的网站还提供1992年以来所公布的所有环境报告和可持续性发展报告供您下载。

**AR** 年报

**SR** 可持续性发展报告

**www** 互联网

# 我们推动变革



Dear Readers,

尊敬的读者：

130多年来，汉高始终致力于实现可持续性发展，它已成为我们基因的一部分。通过品牌、技术和员工，汉高在不损害未来发展的前提下满足了当代消费者的需要。我们将这一宏伟目标概述为“品质与责任”。

我们以可持续性发展及对社会负责的方式在整个价值链中开展业务，这样的方式有助于我们打造卓越的公司声誉，并取得全球市场的领先地位。我们希望维持这种势头，并将其扩展到我们所服务的市场中。

在充满挑战的经济时代，我们将可持续性发展视作机遇。进行可持续性发展还涉及一系列变革，实施变革并不轻松，然而为了履行我们公司的责任，我们必须在把握未来的前提下采取行动。

每天，全球会有数以百万计的消费者和客户选择汉高的品牌和质量。我们的产品和服务为社会做出了突出贡献，通过这些产品和服务，我们保护了气候、节约了资源，并促进了社会进步。我们相信，对可持续性发展的持续关注有利于提高我们整个公司的长期价值。汉高的所有新产品都在至少一个关注领域促进可持续性发展，这些关注领域包括能源与气候、水与废水、原料与废料、健康与安全以及社会进步。

我们会继续在全公司、全球的各部门推进可持续性发展。我们在全世界有55,000多名员工，每位员工都应当在其影响范围之内牢记自己在可持续性发展方面的责任，而且每位员工都应该为实现公司的三大战略重点：发挥商业潜能、以客户为中心以及加强全球团队做出重大贡献。

我们旨在推动朝着可持续性发展方向的变革，与我们当前及未来的全球行业客户、零售商以及个人客户一起为此努力。

罗思德  
管理委员会主席

# 可持续性发展理事会



我们的可持续性发展理事会成员来自公司的各个领域，该理事会是管理公司全球范围内可持续性行为的决策机构。从左至右分别为：Dirk-Stephan Koedijk、Andreas Bruns博士、Rolf Schlue、Ernst Primosch、Kasper Rorsted、Christian-André Weinberger、Thomas Müller-Kirschbaum教授、Tina Müller、Thomas Förster博士、Attilio Gatti博士、Ramon Bacardit博士【SR 第6和7页】。

[www.henkel.com/sr2008-3](http://www.henkel.com/sr2008-3)

2008年，我们的主要目标是在公司业务及与客户、消费者相关的活动中继续推行可持续性发展。我们一开始便把聚焦领域纳入公司的整个标准化创新流程，因为我们相信，只有这样才能兑现我们的承诺。因此，所有新产品都必须在一个或者更多的聚焦领域内对可持续性发展做出贡献。

2008年，我们的工作取得了显著的成果，包括推出了全新家庭清洁剂品牌Terra Activ，这是首款带有ECOCERT标志的清洁产品。同时，我们的金属预处理产品Bonderite NT也获得了德国工业协会颁发的环境奖。

总体而言，2008年我们的可持续性管理获得了外界的认可：12月，在首届德国可持续性发展会议上，汉高荣获了德国“最具可持续性品牌”奖。

2008财年，能源及原材料价格的上涨更加坚定了我们在整个公司范围内继续追求可持续性发展目标的决心，即在2012年之前降低水资源和能源消耗及

废物排放量等。各业务部门都已启动实现该目标的项目。这些目标对于已使用现代技术来达到高运营效率的工厂来说是一项特殊的挑战，而我们员工的技能和创新性就将在这个过程中发挥主要作用。全球重组方案及国民淀粉业务的整合也会对公司和员工提出重大挑战。

本可持续性发展报告涵盖了2008年汉高的主要发展情况。自从汉高2003年加入联合国全球公约以来，我们的可持续性发展报告就已成为年度进展报告的基础。

我们将在2009年启动多个项目进一步扩展汉高在可持续性发展领域的领先地位，特别要关注的是水资源、教育以及可持续消费等领域。我们希望告诉客户和消费者，汉高的“品质与责任”在未来的附加值会更高，那么我们的主要任务之一是继续提高整个供应链和价值链的透明度。

# 我们的可持续性发展战略

## 聚焦领域

通过我们的业务运营和产品，我们为可持续性发展做出了巨大贡献：



能源与气候



水与废水



原料与废料



健康与安全



社会进步

» 高效利用能源资源以保护气候

» 保护现有水资源

» 高效利用现有原料，避免产生废料

» 努力为我们的消费者、客户、员工和邻居营造一个安全健康的环境

» 推进员工、客户及运营所在国的社会进步

[www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008)→4

在公司价值观中，可持续性发展和企业社会责任是我们的一贯追求。在我们看来至关重要的一点是获得销售额和利润的同时在整个价值链上履行了社会责任。这个原则深深植根于公司历史及我们的理念和实际行动之中，帮助我们确立卓越的公司声誉及在全球范围内取得市场领先地位。

公司系统地将整个价值链的焦点对准与业务活动相关的可持续性发展。我们把这些可持续性挑战归纳为5个聚焦领域。汉高所有活动的核心是公司的“愿景和价值观”。

我们希望通过产品和业务活动对五个聚焦领域做出有价值的贡献。这是我们开发更新更智能产品的动因，我们希望将优秀的业绩与对人类和环境的责任相结合。这也是我们要求所有汉高产品都必须在一个或更多聚焦领域对可持续性发展做出贡献的原因，这符合我们的承诺。我们与客户及消费者紧密合作以帮助其了解并认可汉高创新的附加价值。

早在20世纪80年代，在《环保与安全的准则和目标》一书中，我们就承诺要提高生产安全、保护资源、减小排放。从那时起，我们就不断地在企业内

## 理念和实际行动

我们的理念与实际行动——平衡经济、生态及社会责任，这三者的要求始终是汉高的首要任务。自1876年公司创建伊始，这项原则就已成为我们基因的一部分。

- » 1876年：弗里兹·汉高在亚琛成立了 Henkel & Cie公司，公司的第一个产品是“全能”重垢洗涤剂。
- » 1878年：公司从亚琛迁往杜塞尔多夫。

- » 1907年：诞生了世界上首款自作用洗涤剂——宝莹(Persil)。
- » 1911年：公司的第一座大楼在杜塞尔多夫建立。
- » 1917年：员工选举产生了第一个工人理事会。
- » 1934年：系统事故防范举措将每百名工人的事故数量从1927年的10次降低到了4次。
- » 1940年：在杜塞尔多夫公司建立了一家托儿所。

- » 1953年：开始研发生态降解型的清洁剂。
- » 1969年：推出了无溶剂型百特(Pritt)胶棒。
- » 1971年：建立了环境及消费者保护总署。
- » 1980年：推出了可回收水溶性热熔胶，适用于装订、包装及贴标。
- » 1986年：推出了宝莹(Persil)无磷酸盐产品。
- » 1987年：为所有在德国的施华蔻生产

部提高这些目标，并取得了较大进展。仅在过去十年中，工伤事故发生率就降低86%、水资源消耗减少48%、能源消耗降低40%、废料生成降低37%。由于能源消耗量的下降，相关的二氧化碳排放量也减少了33%。

基于这些进步，我们制定了公司今后五年的发展目标，即2012年前要完成的目标：

## 目标



## 我们所承诺的核心内容还包括：

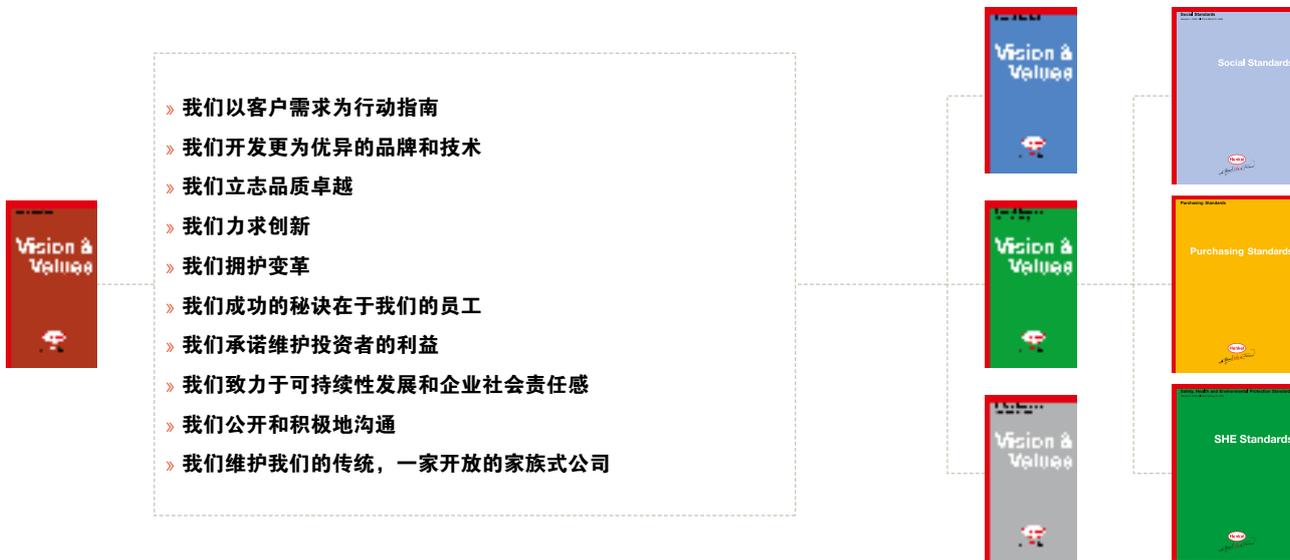
- » 所有新产品必须至少在一个聚焦领域内为促进可持续性发展做出贡献；
- » 所有员工必须接受培训和继续教育，确保他们有能力完成各项任务；
- » 所有的战略供应商必须满足汉高在企业道德方面的期望。

- » 1991年：汉高签署了可持续性发展商务宪章，成为德国首家签署该宪章的工业公司。
- » 1993年：推出了第一款完全以蔬菜为原材料的染发剂——聚乙烯天然染色剂。
- » 1995年：发布了改良版的《环保与安全的准则及目标》。
- » 1996年：诞生了第一款无溶剂型地板铺设用粘合剂：Thomsit T450 Futura。
- » 1997年：引入了整合管理系统与公司安全、健康及环境(SHE)标准，开始在全球范围内对安全、健康与环境各项指标进行审核。
- » 1998年：开始鼓励员工参与“为了明天”(MIT)公益项目。
- » 2001年：支持了53个国家的125个“为了明天”(MIT)儿童项目，庆祝汉高公司成立125周年。
- » 2003年：汉高加入联合国全球公约。
- » 2006年：扩展SHE标准，并将公司采购指导原则及社会标准纳入其中。
- » 2008年：在全球开展洗涤剂及家用护理业务的“品质与责任”活动。  
[www.henkel.com/2008-5](http://www.henkel.com/2008-5)

# 价值观及管理

## 愿景、价值观、守则及标准

汉高是业界领袖，其品牌和技术使人们的生活更加轻松、舒适和美好



[www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008)→6

### » 全球通用的准则及标准

所有的这些守则和标准均为汉高实施联合国全球公约倡议的基石。

### » 在全公司范围内试行合规活动

[www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008)→7

### » 审核行为规范的遵守情况

## 职责明确

## 全球守则与标准

汉高全球通用的准则由整合的管理系统及职责明确的组织结构提供支持。汉高管理委员会总体负责可持续性政策。在管理委员会主席的领导下，可持续性发展理事会负责管理公司全球范围内的可持续活动，该理事会的成员来自于公司的各个领域。

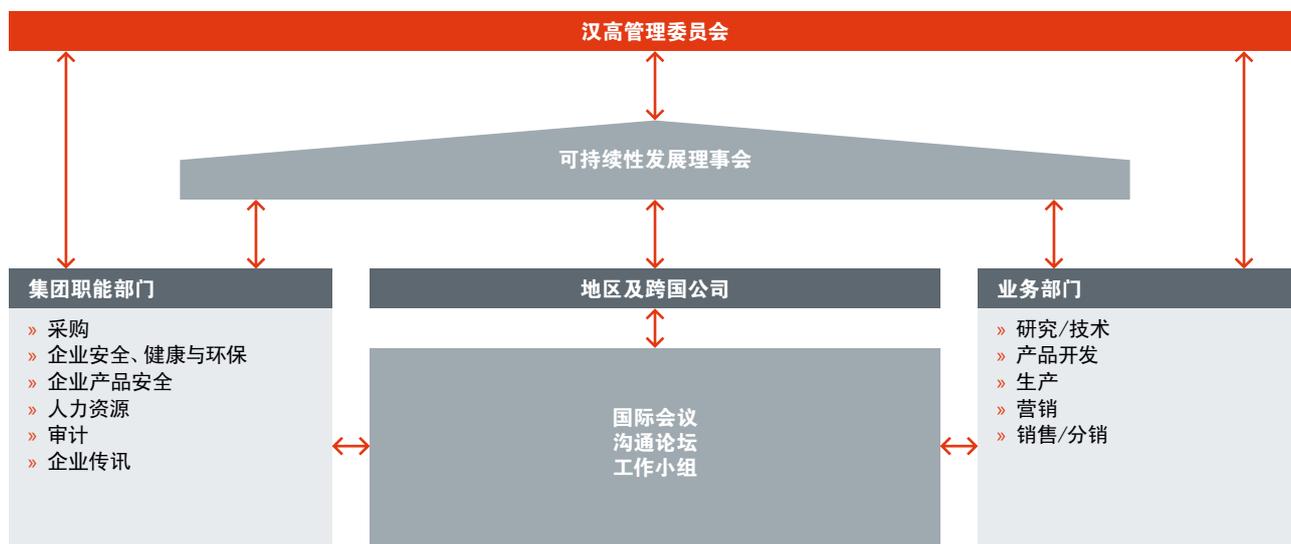
从我们的愿景和十条企业价值观可看出，我们已在全球范围内形成了具有约束力的行为规范。这些规范在一系列守则中均有详述。在全部业务领域及其所处文化中为，这些守则为55,000多名员工提供了行为与行动指导。针对道德和法律事项，行为守则可以帮助员工正确恰当地予以应对。团队及领导守则则为所有级别的管理人员和非管理人员提供了行动指南。

2007年，汉高合并了先前权力分散的合规部，并任命了首席合规官，负责统筹整个公司层面的合规工作，帮助公司不断改进标准并加以实施。此外，他还负责根据公司内部及外界的要求监督汇报合规情况。内审部负责协助首席合规官并直接向其汇报工作【SR 第3和第7页】。

企业可持续性守则描述了我们对于可持续性业务实践和企业社会责任的准则与期望。公司标准详细描述了该守则的具体内容。除安全标准、健康标准和环境标准外，公司标准还包括社会标准和采购标准。不仅如此，我们还加入了经合组织(OECD)跨国企业指南中的重点要求、社会义务标准(SA 8000)以及国际劳工组织(ILO)指南。

2008年，首席合规官继续在全球范围内履行其权责，使合规性责任在各个分公司层面取得清晰界定。各地合规官负责确保信息流畅、执行相关要求，以及组织培训课程以应对各地区不同的挑战。

## 可持续发展结构



[www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008)→8

## 明确沟通要求

汉高在不同市场和地区开展业务，这些市场和地区的法律制度、社会标准和习俗各不相同。为统一员工对汉高企业价值观和行为准则的理解，不同国家的人力资源与传讯部门已开展相应的培训和沟通工作。例如在美国，所有新员工都必须参加互动式行为准则在线培训课程。公司内部审计部门定期组织的研讨会也让世界各地的高级管理人员熟悉汉高的企业标准。此外，员工报上的文章也阐述了行为准则及其对公司的重要性。针对特殊目标群体的业务交流有利于知识传播。2008年，培训主要集中在安全、环境及健康问题以及反托拉斯法和反腐败等方面【SR第21页】。

去年，汉高业务覆盖地区的3000多名员工接受了反托拉斯法的培训。我们已将合规性整合到了汉高全球学院研讨会、管理层研讨会以及新管理人员的正式欢迎研讨会中。

## 补充行为准则的具体指导

2008年11月，汉高管理委员会批准了对行为准则进行内容补充的详细指导意见。这些指导意见为

## 企业治理

考虑到其法律形式和组织章程的特殊性，汉高股份有限及两合公司遵守德国企业管治条例的主要规定（除三项例外）。我们将通过更多途径公布企业信息，如年度报告或在线合规申明及管理董事会的薪酬报告等【SR第18页至29页】。

[www.henkel.com/2008](http://www.henkel.com/2008)→20

员工提供了处理业务相关利益冲突、处理礼物以及私下邀请等方面的指导，并严格禁止接受任何贿赂及其它任何不必要的业务。该指导已分发给汉高全球的员工，旨在为决策制定，尤其是日常工作的处理，提供切实可靠的帮助和指导。

### 严禁违规

汉高决不通过违反规则规定获取利益。我们定期审计，确保制定的标准在生产及行政场所得以实施。此外，我们还对分销商和物流中心进行审计。审计是一项识别风险并提供改进可能的重要工具，在知识传播的过程中扮演着至关重要角色。

在2008年企业内审部门的审计过程中，员工认可了近1,800项行动方案，涉及会计、采购、销售/分销、营销、信息技术和生产，确保了更为安全高效的流程。我们对21家分公司的安全、健康及环境问题

进行了特殊审计，并实施了266项强制性改正措施。由审计人员负责统筹监控既定措施的实施，并广泛宣传最佳实践案例。除审计外，诸如“生产中的高风险流程”等特定调研的结果也帮助我们进一步确定了需实施改进的领域。

2007年起，公司还设立了合规热线，扩充了报告和投诉渠道。通过该热线，员工可举报违反守则和标准的行为。该热线由公司外部独立的服务提供商运营。虽然定期评估表明公司的内部报告渠道和直接联系方式的使用频率相对外部热线更高，但该热线尤其适用于事故无法由所涉及的员工或管理人员直接处理的情况。

我们将对违反标准和准则的行为进行彻底调查，根据违规性质和严重程度，当事人可能会面临不同等级的纪律处罚。2008年，除了书面警告之外，有36名员工因严重违规被开除。



### 汉高的社会标准

1994年以来，我们始终致力于以负责任的态度将社会价值观融入到公司政策中，这是我们的使命和原则。在2000年制定行为准则及2003年加入联合国全球契约时，我们都坚决支持保护人权。我们还于2006年发表社会标准，清晰表明了我们的拥护社会价值观的立场。

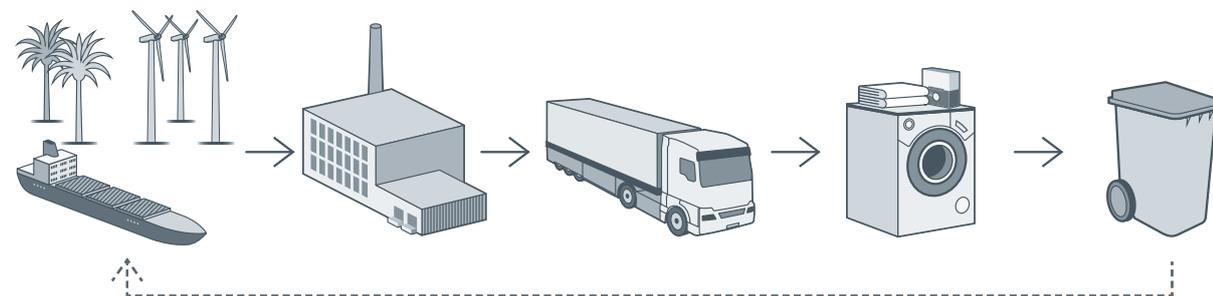
2008年，我们与来自主要新兴工业化国家的总经理和人力资源官员探讨了社会标准面临的挑战。最低社会标准国家尤其是新兴国家，已在立法方面取得显著进展。我们社会标准中的许多要求（例如每周工作小时数）现均已通

过法律给予保障。其它要求也已通过人力资源部门融入到公司文化中去，如结社自由、个人发展权利及机会均等。工人理事会、独立贸易联盟及类似组织代表了约75%的员工利益。对于没有类似组织的国家，我们通过员工对话这样非正式的渠道来确保开诚布公的交流。

在平等方面仍存在重要的文化差异，例如男性与女性职责的传统观念或者少数民族方面。在全球通用的标准中，我们对这些差异进行了论述并提出了解决方法。

# 可持续性管理

## 完善价值链



原料	生产	分销	使用	处理
<p>自2000年起，百特(Pritt)配方中有90%的成分运用了可再生性原料，使效率提高了60%。</p>	<p>Wassertrüdingen 生产工厂使用压缩机的废热用于洗发及香体喷雾的试验中，由此节省120万千瓦时的天然气消耗并降低了辐射。</p>	<p>德国境内通过铁路运输的洗涤剂和家庭清洁剂的数量从1994年的22万公吨提高到了2008年的31.3万公吨，这意味着2008年的二氧化碳排放量降低了3000公吨。</p>	<p>1970年，传统洗衣粉中Megaperis的剂量约为每桶280克。而宝莹将其降低了76%，每桶仅用67.5克。</p>	<p>TecTalis完全去除了磷酸盐和挥发成分，并显著降低重金属含量，使金属防腐中必须处理的矿泥量减少了80%。</p>

### » 生命周期方法

### » 动物试验替代法

### » 评估供应商确保其遵守可持续标准

阶段对环境造成了影响、影响程度如何，进而在必要阶段实施有效的措施予以改进【SR 参见图解】。

[www.henkel.com/2008](http://www.henkel.com/2008)→10

例如提高我们自身流程中的资源效率【SR 第20至23页】。如果产品在使用阶段产生的影响最大，我们会采取措施优化产品，比如降低所需能源和水资源的使用量，并使用可再生原材料或者提高其生物降解能力【SR 第14至19页】。

[www.henkel.com/2008](http://www.henkel.com/2008)→11

## 关注可持续性发展

认真负责地考虑价值链的每个环节是公司开展业务的核心。因此，我们的专家对产品的整个生命周期进行了分析和评估，旨在尽早考虑所有因素以不断地提高价值链所有阶段（从原料到生产、分销、使用以及处理）的安全性及环境兼容性。

汉高有一系列产品评估的工具。例如，生命周期分析方面的丰富经验可以让我们判断产品的哪个生命

### 产品安全：评估及建议

在正确使用的情况下，工业客户、零售商客户、专业人员和个人消费者均可以放心使用汉高的产品和技术。早在研发阶段，汉高就已对原料是否符合健康

和环境标准进行了大量评估，并对产品中每种成分和混合成分的特性、各成分在产品中的浓度以及产品的使用条件进行测定。保证了从开始阶段就禁止使用含有某些有害成分的原料。汉高会考虑产品是否由专业人员或客户使用，从而优化该产品的相关防范和保护措施。如果消费者和客户因未参考防范措施而引起了使用不当，可通过客服电话或应急热线向汉高咨询，获取建议。此外，汉高的产品开发人员和专家会不断对客户及消费者的问题进行分析，以确保产品的安全。

[www.henkel.com/2008](http://www.henkel.com/2008)→12

### 欧盟化学规章《化学品的注册、评估、许可和限制》(REACH)

REACH规章于2007年6月1日开始实施。REACH对欧盟内部化学品的注册、评估、授权及限制进行了规定。按REACH规章中的分类，汉高主要是化学品的下游使用方。然而在欧洲，汉高还是化学品的进口商和生产商。因此，汉高已为所有欧洲分公司向芬兰赫尔辛基欧盟化学品管理局(ECHA)提前注册了所有生产和进口的化学品。

参与了这些注册程序的汉高毒理学者和生态毒理学家也参加了相关的物质信息交流论坛。这些论坛旨在分享现有的化学物质安全信息数据，为有意注册相关物质的公司提供建议，避免不必要的高额物质测试费用。

[www.henkel.com/2008](http://www.henkel.com/2008)→13

### 全球统一的化学品标签

欧盟的《化学品分类标签包装法规》(CLP)新规定于2009年1月20日起正式实施。该法规采用了《化学品分类及标签全球协调制度》(GHS)代替了欧盟的现有法规。GHS的目标是在国际贸易及化学品和化学产品的处理过程中形成全球统一的化学品分类标签。

继新西兰和日本之后，欧盟是第一个将GHS系统地整合入法律体系的主要经济区域。作为在全球开展业务的公司，汉高对此表示欢迎。汉高的专家自始至终都十分关注GHS的进展。我们特别支持洗涤剂 and 家用清洁剂领域的消费产品的新标签规定。据悉，欧盟将于2010年根据新规定，对化学品的有害和防范性标签进行调整，并于2015年对化学产品进行调整。

[www.henkel.com/2008](http://www.henkel.com/2008)→14

### 动物测试的替代方法

汉高高度重视开发非动物测试法，通常不使用动物进行测试。从20世纪80年代起，我们已着手开发动物测试的替代方法。为此，我们参与了国际合作项目，包括来自本行业、监管机构和研发机构的外部合作伙伴。我们正通过不涉及动物测试的全层皮肤模型来确保制成品的效果和质量，我们化妆品的兼容性测试就是一个例子。到目前为止，使用非动物体外测试法（在试管内进行测试）的成果之一，是在试验过程中添加了一系列全新的细胞和组织培养系统。

[www.henkel.com/2008](http://www.henkel.com/2008)→15



非动物测试法：由汉高公司开发，这种全层皮肤模型可系统地评估特定物质对皮肤组织的影响。

# 供应商及其他业务合作伙伴

## 我们对供应商的期望

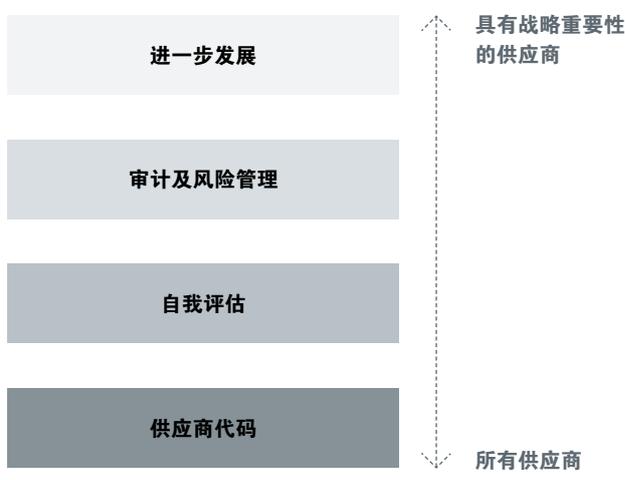
我们根据明确的管理流程和公司的采购战略在全球范围内进行采购。为了在变幻莫测的市场中立足，透明度、速度及决策的正确性显得尤为重要。我们关注全球范围内的战略采购，而非短期的策略性采购。我们期望供应商及其他业务合作伙伴均能遵循汉高公司的道德标准。选择供应商时，我们会将其可持续性和在企业社会责任方面的表现列入考虑。

早在1997年规划企业安全、健康和环境标准时，我们就在整条价值链中明确了自己的责任。根据这些标准，我们的采购部门和营运业务部门确立了评估供应商的流程。

## 供应商评估状态及未来主要领域

2007年以来，我们根据统一的可持续性标准对全球的供应商及其他业务合作伙伴进行了评估。我们在安全、健康、环境、质量、人权、员工标准及反腐败等方面对供应商和其它业务合作伙伴进行了调研，同时提出了我们的具体要求。由于调研比预期艰难，我们未能实现评估2007年全球57亿欧元采购量的80%的目标。因此，2008年我们继续进行调查。截至目前，我们已对70%的供应商及其他业务合作伙伴的原材料和包装进行了评估。38%的供应商和其他业务合作伙伴符合我们的可持续性标准，60%与我们就具体标准的改进措施达成了共识。此外，2%的供应商和其他业务合作伙伴经调查证实采用了不当的业务行为，我们已与其终止业务关系。

## 供应商评估工具



2009年开始，我们将更加关注开拓经合组织(OECD)成员国之外的新采购市场，这不会影响我们对供应商和其他业务合作伙伴的要求。为了向这些新的业务合作伙伴阐明公司对可持续业务方面的要求和预期，我们将于2009年引入“汉高供应商代码”，并将其作为所有合同关系的基础。2008年，我们已经制定了具体行业的问卷调查以进行供应商评估。我们的目标是2012年之前逐年提高在审计合格的供应商处的采购量。对于具有战略重要性的供应商，我们将提供特殊支持，促进其进一步发展。

[www.henkel.com/2008](http://www.henkel.com/2008)→16

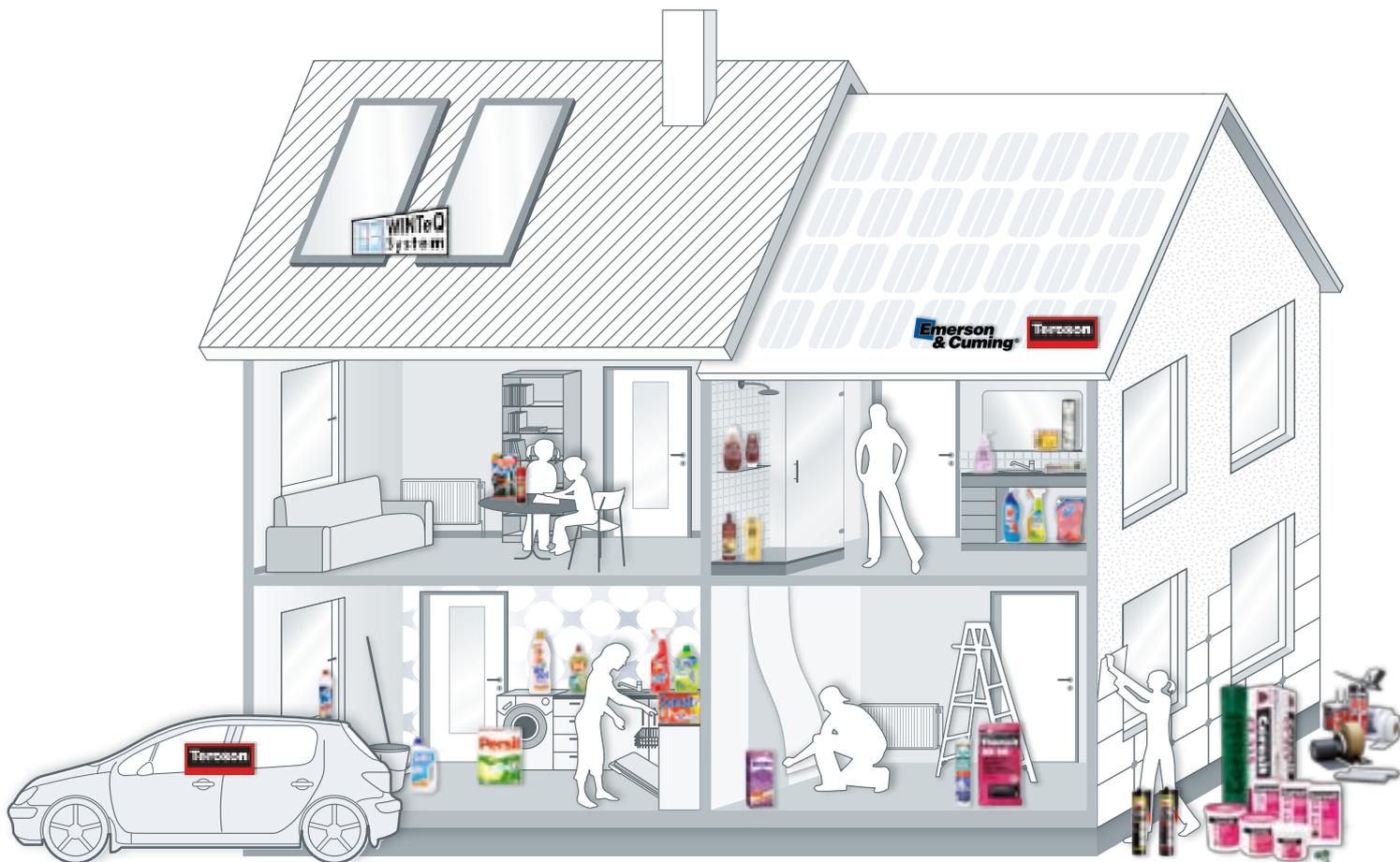


## 棕榈油认证的先行者

为了在原料采购阶段尽早履行我们的责任，我们参与了棕榈油行业可持续性发展圆桌会议(RSPO)等活动。该组织提倡特定的棕榈油推广和认证模式以实现其可持续生产。汉高是世界上第一家为全新的Terra Activ家庭清洁剂的五种产品购买棕榈油证书的公司。我们确保可持续种植方式产出的棕榈油进入表面活性剂的供应链，这在全球实属首例【SR 第15页】。

[www.henkel.com/2008](http://www.henkel.com/2008)→17

# 可持续性品牌及技术



“汉高样板屋”展示了汉高品牌产品可为家庭技工、DIY活动以及办公场所提供持久不变的卓越性能，同时还能节约能源资源。此外，汉高的粘合剂和密封剂系统以及表层处理产品有助于促进如汽车、包装、电子、金属以及太阳能等诸多行业的可持续性发展。

- » 可持续性发展是产品创新的驱动力
- » 洗涤剂和家庭护理产品：具有“品质与责任”
- » 化妆品产品：天然和可再生原料
- » 粘合剂和密封剂：生态及健康无害性

## 增值产品

全球数以百万计的消费者和客户在日常生活中选择汉高具有“品质与责任”的品牌和技术。因为我们的产品能为解决气候变化、节约资源及卫生等社会挑战做出有价值的贡献。我们承诺，所有新产品至少在五大主要领域中的一个领域促进可持续性发展，这也

是我们坚持研发创新性及智能型解决方案的动因。这些方案可提供巨大的附加值，把卓越表现与对人类和环境的责任相结合，使客户及消费者更为有效地利用能源和水资源就是一个例子。

[www.henkel.com/2008](http://www.henkel.com/2008)→18

## 可持续性发展是创新和增长的驱动力

创新是我们获得经济收益并实现可持续性发展的基础，因此对创新的程度有很高的要求。2008年，汉高聘请了约2,900名研发人员，并投入了4.29亿欧元资金<sup>1)</sup>。我们的创新管理体系涵盖了各种来源的信息，其中包括国际趋势、市场分析，与客户、消费者和外部专家进行直接对话而获得的信息。如产品生命周期的分析结果使我们了解了对人类和环境产生影响

<sup>1)</sup> 包括5200万欧元的重组成本

的阶段具有特殊的重要性，并为我们提供了改进的空间【SR 第49页至50页】。创新过程的可持续评估整合了我们多年可持续工作积累的知识，有助于我们洞悉把握新的趋势。对质量和性能的不断改善以及对生态平衡和社会进步的不懈追求不仅推动了创新的发展，促进了经济增长，同时也孕育了市场竞争优势。

我们开发了一系列沟通工具，向我们的行业和零售客户宣传创新的附加值，例如工业产品的价值计算器可以计算出通过使用汉高的产品节约的时间、能源及劳动力；洗涤剂及家用护理业务部门使用的“汉高可持续性发展#大师” (Henkel Sustainability#Master)可根据各种情况和参数决定新产品或流程的可持续性性能。因此，我们可在推广新产品或开发物流和包装战略的过程中制定并实施改进措施。我们还提供特殊宣传册和推介材料，为销售人员提供课程培训和研讨会，并与行业和零售客户共同开展活动。

## 成长性市场战略

新兴市场及发展中国家已成为当今经济发展的主要驱动力。2008年，东欧、亚洲（不包括日本）、中东、非洲和拉丁美洲等增长区域的销售额已达汉高总销售的37%。我们计划在2012年之前将这一比例提高至45%。因此，产品的社会增加值问题显得尤其重要。

对于我们来说，满足低收入消费群需要的产品不仅具有极大的经济潜力，而且能为国内卫生及健康等方面做出积极的社会贡献。为了满足全世界的不同需求，我们根据具体市场状况采用了不同的战略。当全球消费者的预期统一时，我们就提供全球统一的产品，这对工业企业尤其适用。如果客户的收入水平、基础设施或者文化需求各不相同，我们就调整产品以适应各地的特定条件，从而使尽量多的人群接受汉高产品的表现和品质。

[www.henkel.com/2008](http://www.henkel.com/2008)→19



### 衡量产品碳足迹的先行项目

为了衡量产品对于气候保护的贡献，我们在世界各地进行了试验来衡量产品的碳足迹。这包括确定产品价值链中与气候相关的所有温室气体排放量，包括从原料的采购到生产、使用以及处理。

直至近日，国际上也没有确定产品碳足迹的统一方法。因此，我们参与了德国和美国的某些先行项目。在德国，我们与研究、工业、零售贸易及非政府组织等合作伙伴一起，制定碳足迹国际统一的可靠方法。由此，我们以气候变化为主题，讨论了对消费者来说会关心产品形式，



如果我们希望在气候保护方面实现重大进展，消费者的参与非常重要。

我们与位于美国亚利桑那州菲尼克斯市的亚利桑那州立大学进行了合作研究，其中的重点之一就是洗涤剂对环境的影响，研究考虑到了美国家庭的具体情况。研究结果揭示了消费者通过使用高效洗衣机、烘干机以及洗涤剂改变了洗涤习惯进而节约了资源。

# 洗涤剂及家用护理

## 关注可持续性的战略

我们的洗涤剂和家庭清洁剂在提供最佳性能的同时，也提供了绝佳的环境兼容性。这项原则是汉高130多年赖以生存的准则。2007年初以来，在“可持续性绩效”战略框架下，我们致力于将品牌表现与对人类和环境的责任相结合。我们认为，品质与责任的结合是创新的强大动力，可以推动智能解决方案及产品的开发。现在正是展示我们的领先地位，在艰难经济环境中立足的绝佳时机。

## 不同出发点

就整体生命周期而言，许多产品在使用时会消耗大量能源。而汉高的产品可在使用过程中节约能源，并为气候保护做出重要贡献。我们不断提高洗涤剂和家庭清洁剂的洗涤性能，使所需洗涤剂剂量越来越小、洗涤温度越来越低。汉高的Somat 7自动碗碟洗涤剂中含有高效成分，在40摄氏度的情况下即可达到一流的洗涤效果。这一成果归功于20世纪70年代以来开创性的生化酶研究工作。与50至55摄氏度的



### 20度环境下达到最佳洗涤效果

我们再次显著提高了欧洲高档洗涤剂品牌Persil、Le Chat、Dixan和Wipo的性能。新配方可消除20多种污垢，包括口红和咖啡。它在摄氏20度的环境下洗涤效率更高，相对于需要30多度水温的洗涤剂，这样可节省40%以上的能源。



### 卓越的生态表现



Purex Natural Elements是首个纳入美国环境保护局(EPA)“环境设计”方案中的洗涤剂品牌。该方案旨在找出对环境和人类健康具有特殊保护作用的消费产品。Purex Natural Elements仅需要传统剂量的一半即可达到同样优质的洗涤效果。

[www.epa.gov/dfe](http://www.epa.gov/dfe)



### 全面提升效率



我们在土耳其市场上推出了四倍浓度的Ver-nel Max织物柔软剂。它减少了75%以上的传统剂量，从110毫升降至24毫升，却可提供相同的柔顺效果和芳香。如今，该产品推出了1升装替代4升装，从而在生产期间节约材料和水资源并提高物流效率。



### 节约宝贵的水资源



在突尼斯，Nadhif Semi-Automatic根据半自动洗衣机的需求进行调整，可防止产生过多泡沫却具备同样卓越的洗涤效果。在洗涤期间形成的泡沫也易于漂洗，从而节约了额外漂洗所需的水资源。



### 为节约资源共同努力

2008年，在国际肥皂、清洁剂及保养产品协会(A.I.S.E)“洗涤可持续项目”的框架内，我们还将重点转向了土耳其的高效浓缩洗衣粉。通过使用浓缩配方，消费者可将每个洗涤周期的剂量减少三分之一——从150克减少到100克。



对照环境相比，在40摄氏度进行洗涤节省了20%的能源。通过改善产品包装并使用可再生材料，我们提高了材料的使用效率。我们为客户提供小包装、再填充包装和浓缩产品，由此降低了原材料和包装用品的耗费，并减少了运输里程。此外，我们大量使用了可再生原材料，洗涤剂和家庭清洁剂中的表面活性剂，或洗涤活性物质所使用的可再生原材料的比例约为35%，远远高于洗涤剂和家庭清洁剂行业的平均水平。

由于在洗涤过程中洗涤剂和家庭清洁剂会随着废水一同排出，我们还在不断地改善其环境兼容性。为此，我们充分利用了多年经验所积累的知识。20世纪60年代以来，我们始终在制定行业新标准，例如推出不含磷酸盐的洗涤剂，以及开发生物降解性能测试方法等。我们通过产品开发来满足本地消费者的需求，并通过品牌参与来推动慈善事业，从而积极实施我们的“可持续性绩效”战略【SR第32页】。

### “品质与责任”

我们在所有的洗涤剂和家庭清洁剂中承诺“品质与责任”，因此消费者更易地做出明智的采购决策。品质与责任相结合所产生的增加值使他们购买的产品性能更卓越、更具可持续性。我们的产品使每个人都



Christian-André Weinberger, 洗涤剂及家用护理业务高级副总裁在“品质与责任”广告牌前。该承诺已翻译成20多种语言。

为节约能源和水资源尽一份力。我们通过消费者信息、电话热线、互联网、特殊促销措施、广告活动以及参与国际活动鼓励消费者使用洗涤剂和家庭清洁剂时对环境负责。

[www.henkel.com/2008-20](http://www.henkel.com/2008-20)



### 拓展创新领先地位

我们希望拓展可持续领域的领先地位。我们已就各种产品将可持续性的理解转换为与消费者相关的产品理念。2008年，我们在这方面所取得的最为重要的创新就是在五种家庭清洁剂领域推出全新的Terra Activities品牌。该产品将卓越表现与对人类和环境的责任相结合，为市场设定了全新质量标准。该产品所使用的可再生原料的比例平均达到了85%。汉高的五种家庭清洁剂的效果已经SGS协会的质量标识认证。对于开发工作而言，我们拥有130多年研发所积累的专知，并将开发Terra Activ所取得的技术潜力逐渐融入到其它产品领域中。

此外，汉高利用自身的领先地位，推动了贸易工具的开发。例如，汉高是全球首家为Terra Activ购买棕榈油证书的公司，从而确保了可持续开采的棕榈油首次得以进入表面活性剂生产的供应链中。我们相信，通过建立“预定及索赔”配套系统，能够推动棕榈油的可持续生产【SR第11页】。

[www.henkel.com/2008-20](http://www.henkel.com/2008-20)



# 化妆品/美容用品

## 关注可持续性战略

对消费者的关注度、产品功效及卓越的兼容性是汉高在化妆品和美容用品领域取得长期成功的先决条件。此外，生态及社会标准越来越多地影响消费者的采购决策。

在发展工作确立领先地位的同时，我们还大力支持向环境保护及健康的生活方式的转变。我们的开发人员积极使用产品生命周期分析方法来开发出独具创

新理念的产品，为我们的主要领域做出贡献。汉高化妆品业务所产生的基本价值提高了消费者的健康意识。

## 天然和可再生原料

汉高通过使用天然活性成分和天然香料致力于实现产品的卓越功效，如乳木果油和酸奶可护肤；芦荟具有抚平功效等。同时，我们还使用了采自可再



### 卓越性能与天然成分的结合

汉高Essensity品牌将卓越性能与天然成分完美结合。为专业美容行业设定了新标准。在不影响产品功效的前提下，我们尽可能地使用天然元素替换产品中所有的合成成分。该品牌的配方不含人工芳香剂、硅胶、石蜡油、矿物油及防腐剂。我们提升了产品成分的生物降解性能，并通过Essensity项目支持热带雨林地区的造林项目。



### 天然功效

Vademecum生物牙膏确保使用者拥有健康的牙齿和牙龈，这种产品含有包括有机绿茶在内的99%的天然成分，由我们的研发人员根据独立认证组织ECOCERT的标准进行选择。与传统牙膏相比，Vademecum生物牙膏配方的特殊之处在于该产品不含人造香料及甜味剂，这也正是Vademecum获得ECOCERT标识的原因。这就告诉消费者，Vademecum的成分经过特殊选择，是从以环境兼容方式培养的作物中提取的。



### 优良传统

在法国，汉高的液体肥皂产品Le Chat Bio Apricot和Le Chat Bio Fig均带有ECOCERT标识。Le Chat是传统的肥皂品牌，早在1853年就已上市，这两种产品的推出满足了消费者对独立认证的天然产品不断增长的需求。这两种产品的价值链严格遵循生态标准，并根据ECOCERT的要求包含了99%的天然成分，不使用人工合成的色素或芳香剂。



### 智能型可回收包装

生态智能型包装可回收汉高在美国市场推出的Dial液体肥皂包装，这种包装使用的塑料成分比传统可回收瓶少67%。这不仅降低了消费者的包装消耗，还大大降低了生产时所需的能源。可回收包装袋的生产流程比瓶装生产流程能源使用效率更高。而且，空包装适合更为集约化的运输，从而将运往生产工地的运输燃料消耗量降低85%。



生原料的成分，有利于节约资源。汉高三分之二以上的肥皂、洗发剂及沐浴露成分都是基于可回收原材料的。在采购可再生原材料时，我们将生态和社会因素纳入考量。我们配方中越来越多地使用可控有机作物中提取的物质。在采购产品成分时，我们也会尽量与支持原产地公平交易的供应商及各地利益相关者进行合作。

### 使用安全

所有的汉高化妆品及其具体成分都接受过大量的测试，以确保与人类健康和环境的兼容性。

我们采用非动物试管试验法（试验在测试试管中进行）及皮肤病学研究来评估化妆品成品的兼容性。20世纪80年代初以来，我们始终遵循法律规定，不使用已明令禁止的动物测试，而是致力于开发其替代方法。例如，汉高近年来已成功引入确定皮肤吸收能力和皮肤兼容性试管测试法【SR 第9至第10页】。

### 产品使用无后顾之忧

产品经使用之后的环境兼容性表现在两个方面，即成分的生物降解能力和包装的可循环利用性。

我们的产品使用之后排入废水中有很好的生物降解能力。我们的目标是实现进一步的改善，我们已经为自己设定了一个目标，即到2012年将肥皂、洗发剂以及沐浴露中可生物降解的成分比例从当前的65%提高至80%。

为了降低包装浪费，我们不断努力，尽可能地在不影响包装质量和稳定性的前提下减少产品包装过程所使用的材料。我们还努力寻求能够满足包装材料较高要求的生物塑料。

[www.henkel.com/2008-22](http://www.henkel.com/2008-22)



### 具有公认可持续能力的创新领先地位

去年，我们大大增加了化妆品中可持续性特征的比例，不断地改进这个部门的产品使其不含人工合成的色素或香精成分、聚乙二醇或从矿物油中提炼的石蜡油。部分产品的天然成分正在公司外部接受程序严格的认证，并且已被各种独立机构认可，ECOCERT就是一个例子。在认证过程中，ECOCERT不仅检查了所使用的成分，还审核

了整个生产流程，包括根据特定要求检查生产场地。我们带有ECOCERT标识的第一批产品是Vademecum生物牙膏和Le Chat生物杏树及Le Chat生物无花果液体肥皂，这些产品的整个价值链都符合最严格的生态学标准。

[www.henkel.com/2008-23](http://www.henkel.com/2008-23)



# 粘合剂技术

## 关注可持续性战略

在粘合剂和密封剂领域，无论在技术、生态还是健康保护方面，汉高都是全球领袖。我们的粘合剂、密封剂和表层处理产品可应用于许多市场，如汽车行业、电子行业、航空业以及金属行业、耐用品制造业、维修及修理行业、包装行业等。无论是在工业应用、建筑项目、专业技术工作和DIY活动，还是应用

于家中、学校以及办公室，这些产品均能帮助维持并创造价值。粘合剂、密封剂和表层处理可用于日常物件的修理、保护建筑物防冻、防潮，利用灵活的太阳能电池，以及制造性能更卓越持久、更快速有效的产品。汉高的创新产品和技术，包括通过收购国民淀粉业务所获得的产品和技术，将消费者和客户的经济利益与对于人类和环境的责任相结合。在很多情况下，我们都能通过优化产品和流程，帮助降低能源和水资



### 窗户墙面的三个问题和一个解决方案



建筑物会释放热能，尤其是通过窗户、门和墙面。作为世界上唯一的供应商，汉高针对能源损失、室内潮湿及噪音侵入这三个主要问题推出两种经认证的隔热保温系统，即WINTeQ窗户密封隔热保温系统以及Ceresit墙面隔热保温系统。我们通过能源节约计算器、大量的培训课程和互联网实现这一理念。

[www.henkel1321.com](http://www.henkel1321.com)



### 全球首个灵活性瞬间粘合剂

Loctite超能胶可以立即在木材、金属、塑料、橡胶以及皮革表面形成高强度的防水粘合层，非常适合室内和户外使用。该产品的灵活性基于橡胶微粒，可对耐用品进行快速及牢固的粘合，不仅延长了其使用期限，还可以节约资源。



### 食品软包装的顶级安全标准

软包装的安全性是食品及包装行业优先考虑的问题，所使用的包装方法不仅要防止食品受外界污染，还要提防包装材料本身的有害物质。第四代Liofol层压法粘合剂技术可以通过其特殊的快速加工方法达到前所未有的安全标准。



### 汉高改革了金属预处理工艺



TecTalis是汉高为保护金属免受腐蚀而开创新的技术，具有高效、经济和无公害等优点。该技术代替了汽车和耐用品行业的传统锌系磷化预处理方法，降低了处理成本，并大大减轻了环境和能源耗费的负担。



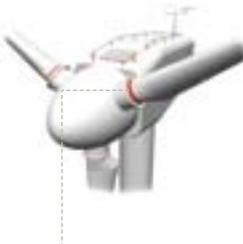
### 包装粘合剂较低的溶解温度

通过收购国民淀粉业务，汉高进一步扩展了在包装粘合剂行业的领先地位。传统上，包装溶解只能在160至180摄氏度进行，但是汉高的超强冷却溶解技术可以在100摄氏度使用。因此，我们的客户可以降低更多能源成本。



### 用于风力发电机的全新密封剂

汉高是首家根据动叶片结合的工作原理，为风力涡轮机的制造工艺开发出聚氨酯密封剂的公司，即Macroplast UK 8340。这种新技术能优化风力涡轮机的生产流程、提高生产效率并降低成本。



源的耗费以及废物处理成本。汉高根据对客户流程的了解，并通过与客户、设备制造商以及原材料供应商的团队合作制定出系统解决方案。这种了解使汉高得以量化创新所带来的收益，并将其传达给我们的客户，例如我们的价值计算器。我们可由此对整个流程链进行优化。

### 实现改善的不同方式

汉高通过产品创新以及对产品组合的评估，改善了我们产品和技术表现，提高了流程的效率，进一步降低相关的环境负担，并改善健康兼容性。例如，我们多年来始终采用高效物质替换重金属及溶剂，从而开发出了水基性、紫外线交联技术和热熔胶。若在技术要求或市场状况方面遇到困难，我们会寻求长期适用的替代解决方案。

为了优化产品特性，我们的粘合剂开发人员还采用了可再生资源。国际知名的Pritt胶棒就几乎完全采用了可再生原材料。汉高使用可再生资源的历史悠久，早在20世纪20年代，汉高就制造出了以淀粉为基础的粘合剂和油漆粘胶以及以马铃薯淀粉为基础的墙纸粘胶。纤维素长期以来都是我们重要的原材料，从中提取的甲基纤维素被我们用来制作墙纸粘胶。



汉高的Bonderite NT是纳米陶瓷制品金属预处理工艺，与传统的铁磷化技术相比，不仅能够提供更出色的品质，而且具有生态及经济优势。2008年6月，粘合剂技术研究的高级副总裁 Ramon Bacardit博士（右起第二位）接受了德国工业协会为该产品所颁发的环境奖。

汉高量身定做的粘合剂、密封剂和表层处理产品为全球提供了我们的专业知识，促进了例如燃料电池、灵活、轻巧的太阳能电池等清洁能源的开发。

### 创新的工程粘合剂

下一代飞机将包含大约50%的合成纤维，例如空中客车A350或者波音787梦想飞机。目前，未固化的合成纤维必须储存在零度以下，并在处理之前进行溶解。汉高全新的Epsilon技术可使合成纤维在室温下存储，简化处理过程、减少不合格材料的数量，并降低飞机制造过程中的能源消耗。这种材料还具有较高的热变电阻、稳定性及柔韧性等优势。当前，主要的飞机制造商都正在进行这类材料的批准程序。重量对比方面，现代化的合成纤维强度是钢

铁或者铝线的十倍，工程师可以增加零部件的强度，同时降低其重量。飞机轻了，消耗的燃料也就更少了。

[www.henkelepsilonresin.com](http://www.henkelepsilonresin.com)



# 生产及物流

## 57个国家的生产基地



[www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008)→24

- » 优化流程：在全公司层面调整、在地区层面调整
- » 在全球范围内为提高资源利用效率所做的贡献
- » 通过智能物流规划来节约能源

### 高效生产是汉高质量承诺的一部分

汉高在57个国家建有生产工厂，并在许多国家设有行政管理、研究与市场营销基地以及仓储和物流中心。作为世界性的雇主和合同商，汉高推动了许多地区的经济发展。高效和现代化的厂房是生产高质量品牌产品的首要条件。汉高流程和结构的不断改善伴以资源消费、环境负担的降低是汉高质量承诺的重要组成部分，承诺还包括世界范围内知识及新技术的传播。

### 全公司的统筹工具和区域行动方案

通过全面的分析和模拟，汉高可在全公司范围内提高工作效率、提高质量和安全，同时降低资源消耗、降低浪费以及维修成本。产品的多样化对我们的生产流程提出了各种要求，例如瓷砖粘合剂、家庭清洁剂以及面霜需要不同的流程，这些流程在水资源和能源消耗方面也有不同的要求。因此，汉高各个工厂的运作和会影响全公司范围内的效率方案。实际上，具体流程的想法和员工的创造性通常会对目标的达成做出巨大的贡献。当一种措施经验证有效时，我们会在使用相似流程的工厂中引进这种措施。

全公司统筹工具与地区行动方案之间的相互作用要求我们根据各地流程调整优化项目来应对不同地区的挑战。2008年，汉高为提高工厂的资源效率实施了诸多项目【SR参见下表】，提高了本报告期间重要的可持续性指标【SR参见内部资料】。能耗的降低从很大程度上抵消了高能源价格对经营结果的影响。同时，汉高通过降低相关二氧化碳的排放量，帮助业务所在国进一步实现气候保护目标。

### 知识及技术的转移

通过知识和技术在各个工厂之间的传播，汉高确保在全球使用最安全、高效和资源节约型的生产流程，这与我们引进的现代管理方法以及员工的专业发展和资质方案紧密相关。领导行为、员工培训以及提高意识对于汉高取得可持续性方面的成功来说功不可没。

2007年起，我们高度重视在安全、健康和环境(SHE)并对领导人员进行特殊培训。该培训方案的内容包括风险评估、应急管理和管理系统。截至目前，我们已经举行了83天的SHE领导人研讨会，来自亚

洲、非洲、欧洲以及美洲的140多名工厂和生产管理人员参加了该研讨会。这些研讨会同样促进了经验的交流。

### 全球标准

我们的安全、健康和环境标准(SHE)及社会标准适用于我们在全球的各个工厂，为了确保这些标准得到正确实施【SR第7页】，我们进行了常规审计。这种审计是确定风险并提供改进可能的主要工具，并且在世界范围内知识传播的过程中发挥了重要作用。为了获得对各个地区的综合性了解，我们将审计范围稳步地扩大到了分包商和各个物流中心。2006年以来，所有的生产工厂也进行了安全、环境保护及职业健康和安全方面的自我评估。

我们在外部认证的工厂（若能产生竞争优势）安装环境管理系统。2008年底，大约54%的生产量来自于经国际ISO 14001环境管理标准认证的工厂。大约62%的产量来自于经国际质量管理标准认证的工厂。

### 在全球范围内为提高资源利用效率所做的贡献

#### 重点地区 贡献

- 
» 印度，普纳：为混合粘合剂流程安装新挤压机，优化粘合剂生产流程；成果：该工厂的能耗降低了30%。
- 
» 中国，烟台：为帮助在工厂节约能源开展了各种员工激励活动，如设定空调最高温度；成果：能耗降低了7%。
- 
» 泰国，春武里府：采取了提高效率的各种措施，包括提高化妆品生产综合工厂的生产能源利用率；成果：能耗降低了28%。
- 
» 斯洛文尼亚，马里博尔：采取了降低能源和水资源消耗的各种措施；成果：能源降低9%、水资源消耗降低13%。
- 
» 西班牙，蒙特娜：实施一项可在不加入水的情况下混合洗衣粉成分的新技术，因此清洁剂无需在喷淋塔中烘干；成果：天然气消耗降低20%、水资源消耗降低23%。
- 
» 瑞典，诺克平：在粘合剂的所有生产流程中实施了各种优化项目；成果：电力消耗降低8%。
- 
» 美国密苏里州，圣路易斯：压缩了洗涤剂的生产过程；成果：水资源消耗降低33%、减少浪费29%。
- 
» 美国南卡罗来纳州，伍德拉夫：重新设计了工业粘合剂包装纸板箱的运输过程；成果：外部包装材料耗费降低了27%。
- 
» 危地马拉，米克斯科：优化了洗衣粉生产工厂的生产流程；成果：喷淋塔中的能耗降低了11%。
- 
» 哥伦比亚，波哥大：优化了化妆品生产设备的清洁流程和废水处理工厂；成果：废水量降低了22%、废物降低了53%。

[www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008)→25

## 收购之后确保汉高的标准

在2008年4月份收购国民淀粉业务之后，汉高与双方负责环境保护、健康和安全的进行了对话。除了将国民淀粉业务整合到汉高的数据处理系统之外，所讨论的主题还包括汉高现有的SHE标准、报告及管理系统与国民淀粉业务之间的比较。

根据这种比较，每个新收购的工厂都会评估其在环境保护、健康和安全的表现。结果清晰地表明，各种标准和系统之间具有很高的相关性。因此，汉高可能在2008年将新工厂整合入统一的报告系统。仅有某些特定的领域需要采取措施确保遵守汉高标准。同时，汉高也确认了在哪些方面要向国民淀粉业务的现有程序学习。

## 物流规划：包含许多变量的方程

我们的物流规划是根据所运输产品的性质量身定做的。对于相对较为笨重的产品，我们会维持地区生产工厂，降低运输里程和环境负担，这尤其适用于洗涤剂和家庭清洁剂以及某些化妆品和粘合剂业务。较为紧凑且重量较轻的产品对运输的需求较小，因此我们会尽可能地进行集中化大批量生产。例如我们瞬间粘合剂的生产都集中在少数的几个工厂。

除此之外，汉高的分销网络必须满足多种不同需求，并能将产品在准确的时间、地点、以准确的数量交付给客户。作为“运输及仓储优化”项目的一部分，汉高不断开发高效及环境兼容型的物流理念。汉高选择物流合作伙伴的标准之一是运输车队的能源效率。为了确定我们与零售合作伙伴合作过程中的潜在改进机会，汉高参与了泛欧洲“高效消费者反应”计划。

[www.ecrnet.org](http://www.ecrnet.org)

## 2008年的营运事故

**巴西：**2008年3月，汉高位于Boituva的工厂内大约两立方米的水和溶剂混合物从密闭系统流到了该厂外部的地面上。我们立即通知环境保护当局，并采取所有必要的措施，降低了对汉高工厂外部的影响。汉高的应急小组立即到达现场，以专业方式清理了地面，因此地方当局没有进行处罚。对土壤和地表水进行的最终分析表明，受影响的地区没有受到进一步污染。根源分析表明，监控溶剂添加的系统发生故障，导致一容器泄漏，从而引起密闭系统外泄。我们对该工厂进行了维修，并采取了一系列防范措施改善了该流程及相似流程的安全性，以避免未来再次发生这样的事故。

**波兰：**2008年8月，汉高位于Posen的化妆品及粘合剂工厂中央仓库发生大型火灾。仓库所在的建筑及储存的许多制成品和广告材料被毁。由于我们的员工训练有素，该建筑内的所有人均得以安全撤退。在火灾发生的前一天，该仓库刚刚由当地的消防队进行了检查，并未发现隐患。火灾很可能从该仓库的办公室开始，但是该办公室并非由汉高公司租用。汉高员工所展现的专业反应证实了我们安全、健康及环境（SHE）方面的培训课程具有非常大的实用性，因此我们计划加强这方面的培训。

## 物流管理是控制碳排放量的一部分

为了全面提高控制碳排放量的能力，汉高始终致力于完善生产和物流排放数据库。多年前我们就已建立了全面的生产经营管理系统，这些系统涵盖我们自身的二氧化碳排放量以及从第三方购买而产生的能源排放量【SR 第24页】。

然而，衡量有关物流、产品运输或者商务旅行等的二氧化碳排放量比较困难，因为我们很少定义系统的边界、基本数据、方法及程序。例如为了计算运输过程中二氧化碳的排放量，我们必须了解每辆卡车的燃料消耗、运能利用率以及每公里排放量。

根据平均值、排放物构成以及从现有生命周期数据库中获得的二级数据表明，汉高产品运输每年所产生的二氧化碳排放量为50万公吨。在商务旅行方面，我们估计为每年15万公吨。这些值包含除国民淀粉业务外汉高在全球的所有业务。汉高正在密切关注产品的开发、运输、仓储以及商务旅行和公司汽车的使用情况，从而为提高控制碳排放量的能力寻求更大的空间【SR 参见下表】。



### 整体改善的不同出发点

领域	行动
物流结构	<ul style="list-style-type: none"> <li>将产品的运输方式从公路转变为铁路，同时继续实施1994年在德国启动的生态物流理念。</li> <li>2009年：开始通过铁路向我们位于杜塞尔多夫附近的Monheim中央化妆品仓库进行产品交割，运输里程从公路运输的大约125万公里减少为铁路运输的12.5万公里，因此每年可降低5200公吨的二氧化碳排放量。</li> </ul>
协同/合作	<ul style="list-style-type: none"> <li>集中协调物流采购，并在可能的情况下将不同工厂之间的产品运输进行分类。以下是美国和欧洲的实例：通过将汉高公司临近工厂与新收购的国民淀粉业务工厂的运输量进行分类组合，增加水运的运输量并因此加大卡车的运能。</li> <li>扩大与其他公司的运输合作以避免空车运输。</li> </ul>
产品优化	<ul style="list-style-type: none"> <li>在不降低包装质量和稳定性的前提下，尽可能地根据重量和数量进行产品优化。案例：将美国液体洗涤剂品牌Purex转为集中生产；结果：由于降低了运输量，每年运输过程中释放的二氧化碳量降低了约1.7万公吨。</li> <li>逐步将包装材料的生产重新定位到实际工厂。</li> </ul>
商务旅行	<ul style="list-style-type: none"> <li>使用视频及电话会议代替业务及航空旅行。案例：仅仅在最近三年间，全世界的电话会议时间增加了10倍，这大大降低了二氧化碳的排放量。</li> </ul>
公司汽车	<ul style="list-style-type: none"> <li>2008年：参照汽车的具体规定及建立新汽车的采购标准。</li> <li>在不同的地区测试替代燃料，包括瑞典的Bioethanol以及日本的混合动力。</li> </ul>

# 环保指数

## 透明度

在汉高集团，我们使用一系列指标来确定潜在改进方案、实现项目管理及目标实施的监督。指标简明扼要，透明度高，是我们告知公众进展情况与绩效的重要方式。

我们的指标均根据欧洲化工委员会的环境指标制定。在可持续性报告中，我们非常重视国际上公布的相关核心指标。而与我们关联不大的一些指标仅在互联网上公布。

[www.henkel.com/sr2008-26](http://www.henkel.com/sr2008-26)

## 公司全球概况

与生产相关的数据根据汉高设在57个国家的226个工厂数据决定，其中包括2008年收购的国民淀粉业务。这些工厂的产量占2008年公司总产量的95%以上。在每年年底公布的报告中会对这些数据进行集中验证，而且还将在各地根据国际审计方案框架进行验证【SR第8页】。若发现和报告有任何偏差，汉高会在报告系统中进行回溯式修改。

[www.henkel.com/sr2008-27](http://www.henkel.com/sr2008-27)

## 参照基准

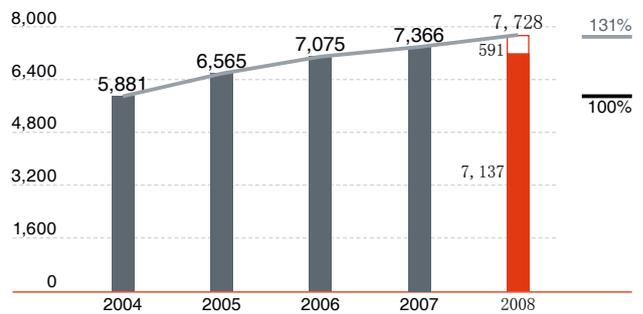
汉高工厂的环境指标呈上升态势——从2004年的141个数据到2008年的226个，同样，汉高也正处于成长中。由于并非以匀速增长，所以数字呈跨越型。自从国民淀粉业务于2008年4月被收购以来，该工厂的指标已整合到报告系统中。为了突出此次收购对我们环保指数的影响，国民淀粉业务2008年的经营数字将单独显示。

图表显示了有关产量（单位：公吨）的指标进程。这些指数曲线均以2004年为基准（=100%）。

为了简化图表，国民淀粉业务2008年的份额使用白色柱状图表示。

## 产量

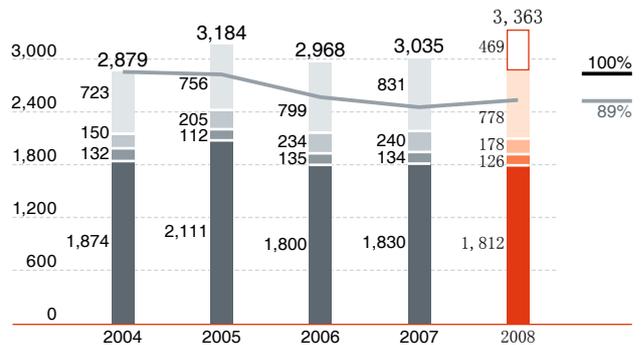
（单位：千公吨）



由于收购，尤其是对国民淀粉业务的收购，2008年的产量上升了5%。

## 能源消耗

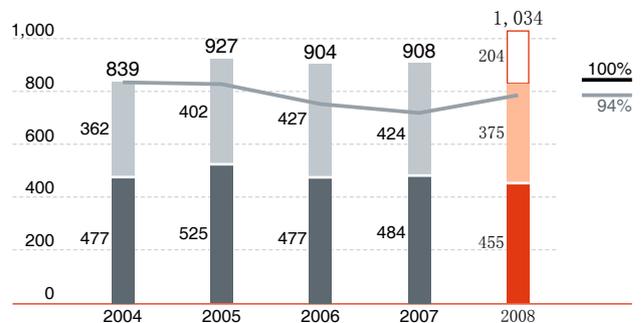
（单位：千兆瓦时）



购入能源为电力、蒸汽及工厂外产生的集中供热。

## 二氧化碳排放量

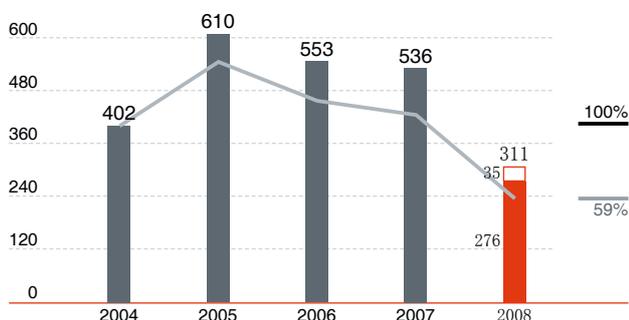
（单位：千公吨）



汉高生产活动中的能源产生构成了几乎所有的二氧化碳排放。该给定值包括在非汉高厂地购入能源过程中产生的二氧化碳排放量。

### 二氧化硫排放量

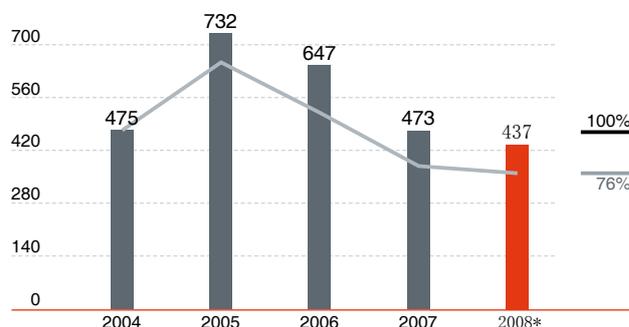
(单位: 公吨)



某些工厂燃料结构的变化导致二氧化硫排放减少。

### 挥发性有机化合物排放量

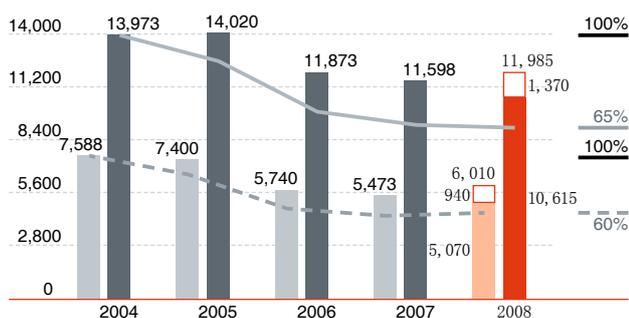
(单位: 公吨)



2004年和2005年增长的主要原因是收购。2007年和2008年采取了某些额外措施降低挥发性有机化合物的排放量。

### 耗水量及废水量

(单位: 千公吨)



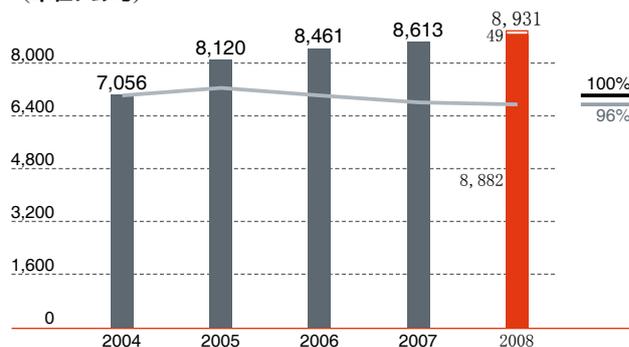
■ 耗水量

■ 废水量

这些数值包括所有用水量, 不论是从外购入的用水还是由汉高自身资源产生的用水。大部分水为生产用水。由于水在蒸发过程中会流失, 且为许多产品的成分之一, 所以废水量低于耗水量。

### 地表水的COD排放量

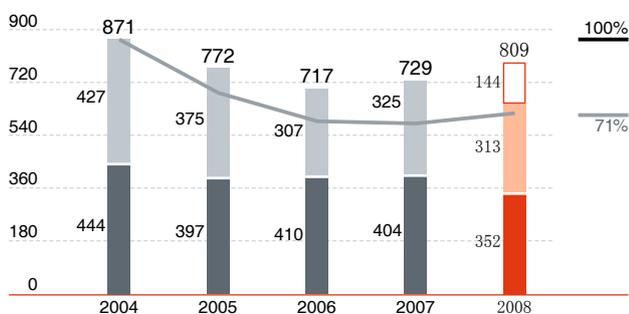
(单位: 公吨)



化学需氧量 (COD): 通过有机物质测量废水污染。

### 废水中的重金属排放量

(单位: 千克)



■ 铅、铬、铜、镍\*

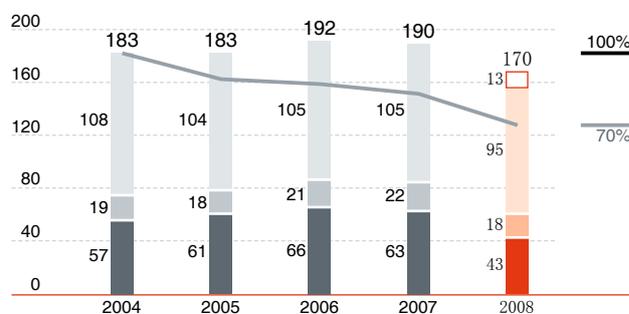
■ 锌

由于锌对环境的危害通常小于其它重金属, 因此单独显示锌含量。

\* 我们的生产不包含危害性极大的重金属, 如水银和镉。

### 废料回收与处理

(单位: 千公吨)



■ 待回收的废料

■ 待处理的废料

■ 待处理的废料

“待处理的有害废物”包括各个国家法律规定的所有类型的有害废物以及《1989年巴塞尔公约》中列出的有害废物。鉴于各个国家均继续补充他们的有害废物清单, 在汉高废物处理现状未作任何实质性改变的前提下, 有害废物量仍有增加的可能。

# 员工及工作



2008年9月1日，117名年轻人开始在杜塞尔多夫的汉高总部接受培训，上图为欢迎大会。去年，总计511名受训人员在德国接受了20多个职位的指导。

» **强化我们的全球团队**

» **提高多样性和包容性**

» **目标：零工伤事故**

## 关注可持续性

强化全球团队是汉高三大战略重点之一，员工的技能和表现是确保公司在未来取得成功的关键因素。因此，我们鼓励和培养110多个国家的员工，全面发挥其潜能，并将个人的贡献与公司的成功相关联。汉高通过目标导向的管理方法、业绩相关的报酬机制，以及定期评估和持续学习来实现这一点。我们根据他们所面临的、不断增长的需求，不断地培养不同管理层的员工。

[www.henkel.com/sr2008-28](http://www.henkel.com/sr2008-28)

汉高的公司文化在激励员工并营造积极的工作氛围方面发挥了重要作用，这种文化是以独立思考、独立行动的员工为基础的。汉高明确一点，企业有责任尊重所有员工的个人尊严和隐私权，并在工作中贯彻平等和公平的原则。这两大要素在公司行为准则规定中被具体化，成为必需遵守的规定。

汉高把全体员工的健康和安全列为首要考虑。公

司不遗余力、持续不断地改善职业健康和工作安全。公司专门设计了促进良好健康水平的项目，以保证员工长期的工作能力。

## 争取最优秀的人才

鉴于欧洲人口发展状况及全球对高素质员工日趋激烈的竞争，确保汉高职位的吸引力显得尤为重要，包括在全世界寻找有能力的学生、解决他们的个人问题，并尽早与他们建立紧密的联系。汉高通过提供具有挑战性的实习机会以及“职业跟踪”学生招聘方案，旨在与大学毕业生建立广泛的联系。举措之一是“汉高创新挑战”，这是一个向欧洲11个国家所有专业学生开放的竞争方案，为我们提供了一个很好的机会来接触高素质、激励型和有能力的学生。

[www.henkelchallenge.com](http://www.henkelchallenge.com)

## 人才管理

对员工进行定期评估是汉高为激励员工并为其提供进一步发展的必要前提条件。1998年以来，我们以全球范围内的“管理能力评估”为判断管理人员业绩的工具。此外，我们还将适当调整的评估和发展系统应用于非管理人员。



在由德国巴林VICTRESS组织举办的庆祝会上，汉高获得了VICTRESS公司奖，化妆品业务部门的美发/皮肤/口红战略业务高级副总裁Tina Muller女士代表公司接受这个奖项。2005年以来，VICTRESS组织向采取关心女性及家庭事务政策的公司颁发这个奖项。评审团由来自企业界、政界以及公共部门的人员组成，汉高对于家庭友好举措的一贯支持给他们留下了深刻的印象。

根据员工与主管进行的私人会谈，主管在员工的优缺点基础上确定其发展潜力以及所需培训。经理必须确保员工承担具有适当挑战性的任务，同时还需要通过不断的培训和教导支持他们，进一步促进他们的持续发展。

2008年，汉高设立了“发展圆桌会议”，以肯定有能力的员工，并针对管理人员制订了系统的员工发展计划及职业规划。在各个组织部门中，经理团队都会主持圆桌会议，为直接下属规划进一步的发展。2008年我们在高级管理层开始了这项活动，2009年该流程将扩展至世界各地的所有管理人员。

### 持续的职业发展

系统发展和鼓励员工的技能和能力对于汉高的成功而言至关重要。汉高的所有员工都有机会参加研讨会、车间、电子学习以及特定职业发展模式方面的持续培训。考虑到多样化及包容性，汉高为各地和全球的管理研讨会制定了新的材料。这些材料从2009年开始成为培训课程的固定材料。

为了在最高层次传播实用的经验和理论知识，20世纪90年代初以来汉高与外部合作伙伴及主要的国际商学院进行了合作。1997年，我们为管理层员工建立了汉高全球学院，每年平均有420名管理人员进入该学院学习。

2008年，德国钱伯斯工商学院(DIHK)认可了汉高开发的语言整合沟通培训理念。我们的员工使用这种方法学习新语言或提高语言能力。

### 多样化及包容性

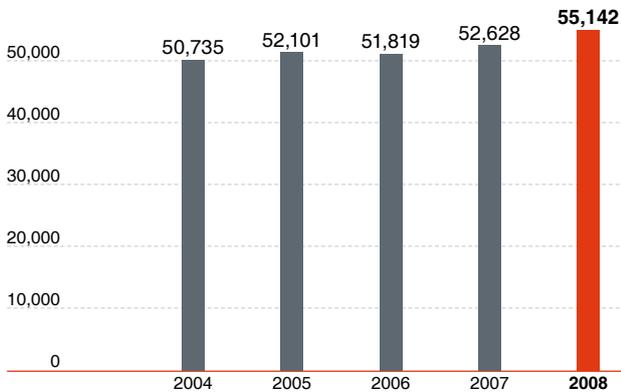
在我们的公司文化中，多样化是一个非常重要的组成部分。汉高的国际化反映在我们的员工结构中。汉高相信，员工不同的文化和技术有助于公司更好地了解市场，这是公司取得长期成功的基础。最好的团队无论年龄，无关性别也不看国籍。我们根据能力和潜力选择员工，不为满足任何配额。

公司还面临一系列来自社会变革的挑战，比如西方工业国家的人口老龄化导致年轻雇员紧缺。通过与德国RWTH亚琛大学的合作，汉高制订了“人口统计学图谱”，从而模拟出全球员工在给定条件下的年龄结构。人力资源部门通过使用这些信息可尽早采取措施，更好地应对人口结构带来的挑战。

2008年，汉高的全球多样化和包容性战略出台并实施了其基本措施。此外，汉高还将整合招聘活动，在选择最后三名候选人时形成多样化的年龄、性别和国籍。

### 全球员工

(截至12月31日\*)



\*重新确定上一年的数字: 仅指正式员工, 不包括培训期人员

### 根据地区划分的员工数量

截至12月31日*	2007	2008	in %
欧洲/非洲/中东	33,687	33,485	60.7%
北美	6,438	7,360	13.4%
拉丁美洲	4,268	4,293	7.8%
亚太地区	8,235	10,004	18.1%
<b>汉高</b>	<b>52,628</b>	<b>55,142</b>	<b>100%</b>

\*重新确定上一年的数字并以其为基数: 仅指永久性员工, 不包括培训期人员

### 管理人员

(截至12月31日\*)

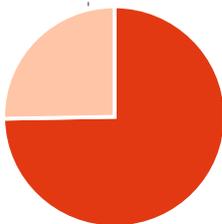
管理人员总数  
9,711名员工  
平均年龄: 42.6

高级管理人员\*  
795名员工  
平均年龄: 47.1

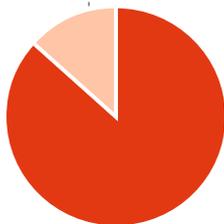
来自77个国家

来自44个国家

女性比例: 26.4%



女性比例: 13.7%



\*管理委员会、公司高级副总裁、全球管理团和IIA

汉高只有帮助员工处理好家庭和事业的双重挑战, 才能将员工的能力与才华发挥到极致。因此, 我们在经济可行以及充分考虑个人情况的前提下, 计划使员工采取更灵活的工作时间、兼职工作以及家庭办公。汉高认为, 这样可以强化员工的凝聚力, 灵活的工作时间也早已在汉高工厂中实行。2008年, 汉高位于俄罗斯莫斯科和圣彼得堡的工厂引进了灵活工作时间模式。

[www.henkel.com/sr2008-29](http://www.henkel.com/sr2008-29)

### 成功的整合

由于收购国民淀粉粘合剂业务, 汉高面临尽快整合六大洲40个国的6000多名员工的挑战。在收购当日(4月3日), 汉高对国民淀粉业务与汉高的公司文化进行了比较并访问了两个公司约1000名员工。双方公司文化的相似点比不同点多, 仅在组织模型及决策流程方面有所不同。在对新收购的企业进行分析并采用了已修改的组织结构之后, 汉高在2008年第二季度末快速打下了共同发展的基础。

汉高发现, 两个公司在人力资源系统中都使用相似的方法和理念。合并后的一年内, 人员体系的协调已经对人力资源管理产生了协同促进作用。此外, 人力资源部门的数据和工资会计系统将在2009年上半年完成整合。

## 全球卓越效率提升方案

2007年，我们大部分重要市场都预见到了显著的长线变化，为了应对变化了的市场需求，汉高在早期制订了全面的效率提升方案，旨在优化结构流程、提升竞争力。2008年2月，我们宣布了全球卓越重组方案，在全球范围内撤销了3000多个工作岗位，涵盖所有地区和业务部门。重组还包括关闭一些工厂。人力资源部门的所有措施均以对社会负责的方式实施，并尽量降低相关员工所面临的风险和困难，我们会优先考虑自然流失和提前退休。汉高将这些员工推荐给其它公司或者让他们与外部顾问接触，积极支持员工寻找新的工作。在每个决定做出之前，我们都会提前通知员工代表组织，并尽可能地考虑他们的建议。



由于对工厂健康管理做出的贡献，尤其是在健康饮食、禁止吸烟、精神健康以及体育活动方面的贡献，汉高获得了欧洲工厂健康促进网络颁发的“2008年欧洲优秀合作伙伴行动”奖。

汉高促进良好健康状况的目标方案包括很多的预防性措施，所有员工都可以参与这些方案。“欧洲行动”是欧洲工厂健康促进网络设置的奖项，旨在倡导健康的生活方式以提高欧洲工人的健康状况。

[www.enwhp.org](http://www.enwhp.org)

## 重组方案案例

德国最大的重组项目是在杜塞尔多夫整合洗涤剂的生产，汉高在Genthin的洗涤剂工厂当前雇有240名员工，这个工厂将在2009年底关闭。杜塞尔多夫液态洗涤剂生产的扩张将创造90个新工作，这些工作岗位会提供给Genthin工厂的员工。由于Genthin工厂对于汉高以及该地区的重要性，我们正在与相关人员进行紧密对话，当然也包括考虑其它解决方案。然而，高昂的制造和运输成本使汉高必须对生产地点进行重新布局。杜塞尔多夫是一个集中的位置，这里的产量可满足所有重要的西欧市场。通过与Saxony-Anhalt州政府的合作，汉高正在寻找可将Genthin工厂用作其它用途的投资者。我们与社会合作伙伴共同努力，为Genthin员工寻找新的工作，

这些工作可能是在汉高，也可能是在其它公司。汉高为这些员工提供了指导，帮助他们申请工作。

2009年，为了更为有效地利用工厂的产能，西班牙Malgrat工厂的生产将与50公里之外的Montornes进行合并。在紧张的准备性讨论中，员工代表与工厂管理人员为必要的重新布局制定了解决方案。那些被Montornes工厂接收的员工可以享受公司提供的班车服务。对于那些不能在Montornes工厂中找到工作的员工，汉高已经根据员工的服务年限进行了补偿，并且已经实施了提前退休计划。

# 职业健康及安全

## 工伤事故（每百万工时）

至少损失一天（除正在减少中的事故）



涵盖汉高98%的员工

2000年，公司一致通过设定零事故这一目标，强调了工作健康与安全的紧迫性。通过培训基金支持措施，我们已在1998年到2007年将工伤事故发生量降低了86%。为了补充全公司范围内的标准和方案，我们的工厂管理人员正考虑具体环境及员工的需要紧张地实施各地区的措施方案。提前确定的风险及事故防范措施发挥了主要作用。

基于已经完成的改善，我们将2007年作为基年并为自己设定了新的中期目标：2012年之前将工伤事故进一步降低20%。我们尽可能地将在我们工厂工作由于工伤事故而失去劳动能力的合同方也记录在我们的系统中。此外，我们还将基于汉高健康和安全性要求的培训课程也覆盖到合同方员工。

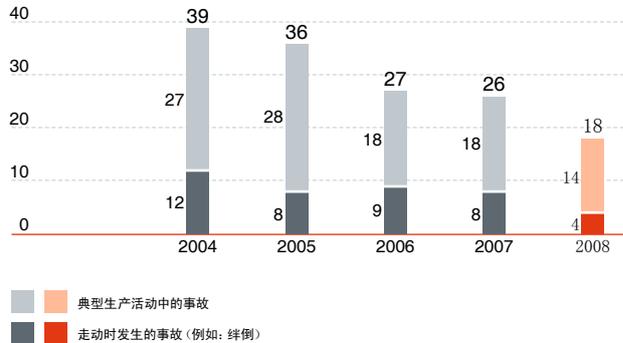
[www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008)→30

## 严重伤亡事故

汉高在2006年和2007两年没有发生一起致命性事故，其中一个主要原因是对职业安全的强烈关注。2008年，俄罗斯的一名销售人员在前往客户途中遇到交通事故丧生，另外两名员工及一名其他公司的员工在为

## 严重工伤事故

（损失超过50天）



涵盖了汉高98%的员工

汉高工作的时间发生事故死亡，但该事故与其实际工作无关。出于透明度方面的考虑，我们报告了这些事故，在某种程度上这些事故符合经济合作与发展组织对于工伤事故的定义；当地的媒体也对这些事故进行了报道：

- » 在前往意大利的业务会议途中，汉高的一名英国员工所驾驶的摩托车在德国发生交通事故，摩托车的使用不符合汉高在商务旅行方面的指导意见，但是汉高子公司没有明令禁止这种行为。
- » 为汉高墨西哥Huixquilucan销售活动提供服务的一名其他公司员工在自建中心由于大门跌落而受到了致命伤害，该事故发生在禁止进入的区域，并且完全与外部公司员工的工作无关。

- » 在中国江苏省徐州市，汉高的一名销售人员在试图阻止一起发生在工厂外的盗窃中受到了窃贼的攻击。虽然抢救医生在五分之分钟内到达了现场，但这名员工还是遇害了。随后，罪犯被逮捕。

# 社会承诺



在2004年印度洋海啸之后，汉高为印度Ranganathapuram的90多名孩子修建了一所学校。男孩接受木工、电器以及其他方面的培训，女孩接受裁剪、刺绣以及如何使用计算机方面的指导。所有的孩子都将接受良好的普通教育。2008年，学校还开展了生态耕种方面的培训，同年，该校作为培训中心获得了政府的批准。

» **汉高微笑：社会责任的三大核心元素**

» **千年发展目标：我们的贡献**

» **MIT10周年：周年项目**

汉高围绕三大核心要素开展全球活动：

» MIT（为了明天）：员工参与

» HFI（汉高友情项目）：紧急援助基金

» 社会合作：公司和品牌承诺

## 汉高微笑

社会承诺在汉高的公司文化中发挥了重要的作用，植根于公司的价值观，并深刻体现在公司的历史发展和日常活动中。汉高把所有社会参与计划——在公司业务以外的国际企业合作——都纳入到汉高微笑这个主题之下。

社会承诺的基础是相信以合作为基础共同达成解决方案对相关各方都有益。为了获得长期的进展，汉高关注如何帮助人们实现自助。员工及退休人员是汉高全球企业公民承诺的推动力量，在汉高微笑项目的选择、组织、管理和积极参与方面起到了核心作用。

[www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008)→31

我们支持社会需要、教育及科学、体质与健康、艺术及文化、环境等项目。汉高微笑远远超过了这三大核心要素的总和，因为他们能产生相互增强的影响以及协同优势。例如，一个在肯尼亚的员工项目导致了Schauma品牌与联合国教科文组织(UNESCO)的合作。HFI也在2004年印度洋海啸之后采取了许多应急援助措施，从而开展了一系列MIT项目，特别用于重建学校及基础设施方面。2008年，汉高微笑活动提供的总金额为750万欧元。

### 重要社会进展

2000年，来自189个国家和地区的领导人就八项发展目标达成一致，合称为联合国千年发展目标。这些目标计划于2015年实现。汉高也为这些目标的实现做出了贡献，并在2003年加入了联合国全球公约【SR 参见下表】。

[www.un.org/millenniumgoals](http://www.un.org/millenniumgoals)

在汉高的业务所在地区，我们的员工和退休人员积极参与有助于实现千年发展目标的活动。在汉高员工和退休人员所开展的活动中，大约一半的项目位于

新兴国家和发展中国家。在执行这些项目的过程中，各地的合作组织发挥了重要作用。汉高早在所有项目活动的规划和预算阶段就将联合国的千年发展目标纳入考量。因此，汉高可对这些项目的进展进行评估，并记录其发展情况。在许多情况下，一个汉高微笑项目可能为多个千年发展目标做出贡献。MIT项目重点关注消灭贫穷饥饿、普及初等教育、降低儿童死亡率以及与疾病作斗争等。



#### 与联合国八项千年发展目标有关的部分汉高微笑项目

千年发展目标	2008年汉高微笑项目
1. 消灭贫穷饥饿	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>秘鲁</b>：位于利马的一个白日护理站里，儿童在白天得到照料并且每天可以吃到热饭</li> <li>▶ <b>缅甸</b>：为50多名孤儿和残疾儿童提供6个月的大米</li> </ul>
2. 普及初等教育	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>越南</b>：建造托儿所；为胡志明市营养不良的儿童提供食物和上学的机会</li> <li>▶ <b>乌干达</b>：继续为支持Kabate的女孩上Rushocka Parish寄宿制学校，提供包括360多名孤儿和残疾儿童的学习材料</li> <li>▶ <b>土耳其</b>：为加济安泰普省的一户家庭中的失学儿童提供教育</li> </ul>
3. 促进两性平等	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>危地马拉</b>：为Verapaz的学校建造实验室和计算机教室，为250名当地的玛雅女孩提供技术教育，从而增加就业机会</li> <li>▶ <b>美国</b>：为田纳西州纳什维尔市处于困境中的女性青少年提供食宿和教育</li> <li>▶ <b>印度</b>：支持Parivalaya的综合中心，为具有特殊需要的儿童提供全面护理</li> </ul>
4. 降低儿童死亡	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>尼泊尔</b>：移动医疗团队每年为学校、家庭中的儿童以及一所医院中的孤儿进行体检</li> <li>▶ <b>保加利亚</b>：为保加利亚首都索菲亚的儿童医院提供肺部呼吸和脉搏监控</li> <li>▶ <b>土耳其</b>：为Mardin的婴儿护理提供保育箱</li> </ul>
5. 改善产妇健康	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>刚果</b>：通过与“Arzneibrucke Ehingen-Kinshasa”合作提供医疗服务，为金沙萨附近的两家医院提供支持</li> <li>▶ <b>中国</b>：向西藏300多名患白内障和青光眼的母亲提供医疗和检查服务</li> </ul>
6. 与疾病作斗争	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>智利</b>：为圣地亚哥的圣克拉拉基金会的感染性病/艾滋病的儿童提供医疗、食物、维修材料</li> <li>▶ <b>泰国</b>：为Lopburi省的Baan Gerda儿童村庄中的艾滋病孤儿提供护理和医疗服务</li> </ul>
7. 环境可持续发展	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>德国</b>：由宝莹 (Persil) 品牌发起的未来家园项目，为大自然和环境等方面提供156项教育项目</li> <li>▶ <b>美国</b>：宾夕法尼亚州Gladwyne地区的Riverbend环境教育中心提高了城市儿童对于大自然的意识</li> </ul>
8. 全球伙伴关系	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>肯尼亚</b>：施华蔻品牌参与了对基苏木市附近的Bethsatha艾滋病孤儿医院的扩建工作，并将添加更好的设备</li> <li>▶ <b>萨尔瓦多</b>：为Santa Tecia公立学校的机械工具引入数字控制系统</li> </ul>



通过汉高友好项目，汉高已为2008年5月份中国大地震的受灾者捐赠了15万欧元。汉高总部与中国分公司进行了紧密合作，通过现金、产品捐赠及MIT项目提供了应急及重建服务。



汉高连续第三年帮助德国Trier大学地理学专业的学生改善奈落比贫民窟的生活条件。

### 11年的员工参与

1998年以来，汉高MIT项目通过资金和物资捐助，或员工休假以及特殊顾问等方式，始终支持着员工和退休人员的志愿者工作。2008年，MIT的项目数量增加到7000多个。1998年以来，110多个国家的5000多名员工和退休人员通过参与MIT项目为全世界数以千计的人们提供了帮助。

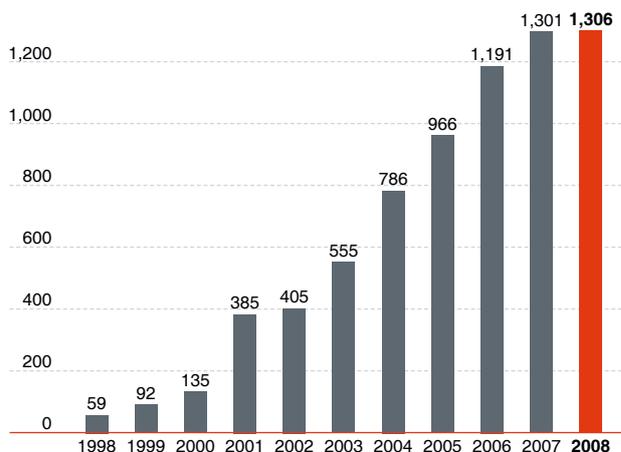
[www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008)→32

MIT的价值不在于所提供财务支持的金额，而在于项目实施的方式。员工和退休人员的志愿参与、情感投入、理念，关键是花费在这些项目上的时间，体现了MIT项目的品质。汉高的员工和退休人员是MIT项目的核心，并且使公司与业务所在地区之间形成了重要的联系。通过这种方式，汉高确保了所提供的资源以负责和透明的方式使用在最需要的地方。

2008年5月，来自全世界的120名员工和退休人员参加了在杜塞尔多夫举行的纪念MIT开展10周年的年度圆桌会议。圆桌会议为员工和退休人员提供了分享经验以及进一步发展MIT的机会。

### 为了明天 (MIT) 项目

(单位：每年的数量)



为了庆祝10周年纪念，汉高将向一个特定项目提供10万欧元的特殊资金。在86份申请中，汉高选择了危地马拉的项目。本地的MIT团队将会提供支援，帮助120个农村家庭实现自助。这种支持包括为儿童建造学校、开挖清洁水源、建造健康中心以及提高农村的生产力。汉高在危地马拉的员工正在与当地的合作伙伴HELPS（改变生活）一起实施这个项目，危地马拉当地的MIT人员以及汉高MIT其他地区的员工也参与了这个项目。

# 与利益相关者的对话



汉高是西班牙2008年萨拉戈萨世界博览会的官方赞助商，该博览会的主题是“水资源及可持续性发展”。我们对世界博览会的参与印证了我们保护水资源的承诺。在“汉高日”的“品牌宣传”中，参观者熟悉了汉高的产品，认识到这些产品可以帮助他们为保护水资源做出贡献。

## › 关于可行性解决方案的对话

## › 关于可持续性发展的教育

### 与所有利益相关者之间的公开对话

通过与当地、地区乃至国际上的社会群体进行对话，我们可制定出切实可行的可持续性解决方案。因此，我们一直在同所有的利益相关者进行对话接触。这些利益相关者包括消费者、客户、供应商、员工、股东、各地的社团、政府当局、协会、非政府组织及科学家。

### 全面系统的对话

可持续性的相关问题是各个地区乃至全球优先考虑的事宜，各方的观点也存在很大的差异。因此，汉高将与利益相关者的对话整合入部门、业务部门以及各地区的事务中。通过这种方式，汉高可以确保公司专

家与相应利益相关者群体就面临的挑战进行对话。我们制定了各种战略及解决方案，对其进行评估后应用到实践之中。对话的工具、主题、时间以及强度都与具体利益相关者群体及其具体问题有关。

这种对话提供了相互理解的基础，是本公司新理念的来源，并且能让我们尽早在前期阶段确定不同市场的进展情况和挑战，因此对汉高的创新管理和风险管理做出了重要贡献。

### 协调一致的方法

在国际化方案中，汉高和合作伙伴制定了各种解决方案，例如为负责采购原材料和成分的人员制定了解决方案。汉高通过与行业客户之间的观点交流，开发



2005年以来，汉高印度公司以“汉高的生态诉求”为主题在许多学校举办了全国年度竞赛，获胜者将获得“汉高环境关注奖”。2008年，竞赛的主题是“水资源”，6名参赛者从2000多名竞争者中脱颖而出，他们在视频会议中向裁判组提出了他们的观点，裁判组由汉高员工和非政府组织工作人员组成。一等奖获得者是新德里Father Angel School的Siddharth Banerjee，他的观点是：为了防止水资源的蒸发，应该将室内植物放在密闭的玻璃瓶中。

可改进流程，从而为节约资源做出了决定性贡献。在通过消费者热线、日常工作以及市场调研项目与消费者进行的直接对话中，汉高提供了关于如何使用产品节约资源的信息，同时也为产品开发人员收集了重要

的反馈信息。为了将责任意识植根于员工的实践和日常工作中，汉高制订了关于这个主题的培训课程和在线工作模版，并在局域网内部、员工报上进行报道。

#### 汉高综合对话方法案例：协调利益相关者的利益

利益相关者	主题
员工	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>印度</b>：为了引起对气候变化的关注，清奈工厂的员工在2008年8月8日举办了“点亮88888活动”，他们同时在8点钟将所有电灯熄灭8分钟</li> <li>▶ <b>美国/加拿大</b>：季度新闻通讯“Going Green”向工业粘合剂部门的员工与客户传达了可持续性主题及其趋势的相关信息</li> </ul>
消费者及客户	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>意大利</b>：在“张扬个性风采！”(Differentiate yourself!)活动中，汉高在10个城市的超市中提供关于可持续消费及防止产生废物的信息</li> <li>▶ <b>德国</b>：汉高包装论坛：外部及内部包装专家制订了可持续性的包装解决方案</li> </ul>
分析师及投资者	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>德国</b>：将环境、社会及治理(ESG)等方面纳入考虑范围：汉高员工与金融专家讨论了资本市场中的非财务报告问题</li> </ul>
政治家、政府当局及非政府组织	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>西班牙</b>：在国际大自然保护协会举办的世界保护论坛上，研发和市场营销部门的员工与非政府组织讨论了可持续消费这个话题</li> </ul>
科学家	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>美国</b>：2008年以来，汉高的研究人员与亚利桑那州立大学合作分析了产品生命周期</li> </ul>
普通大众及各地社团	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>新西兰</b>：汉高员工为“废物变时尚”的校园活动收集生产废料，引起人们对可循环主题的关注</li> </ul>

[www.henkel.com/sr2008-33](http://www.henkel.com/sr2008-33)



#### 可持续性发展教育

对于汉高而言，如何应对自身以及其影响范围之外的可持续问题显得尤为重要。2008年，汉高启动了诸多项目和活动，特别是与“可持续性发展教育”相关的项目和活动。

以下是发生在德国的一个案例，即“挽救您的明天”网站链接（目前仅提供德语版，未来将提供英语）。它为年轻人提供了分享可持续性观点的平台，并使其采取共同措施。

[www.save-your-future.com](http://www.save-your-future.com)

通过与德国罗斯托克大学进行合作，汉高制定了大量作为化学课教学的材料资源，包括与洗衣机环境意识有关的简单的低成本试验。您可从互联网上免费获取这些材料。德国教师培训课程现已提供此类材料，并已翻译成英语，未来还计划翻译成其它语言。此外，汉高与联合国教科文组织(UNESCO)合作，在许多国家分发了这些材料。

[www.henkel.com/sr2008-34](http://www.henkel.com/sr2008-34)

# 外部评估

2008年，汉高在可持续性、企业社会责任两大方面的出色表现再一次给外部专家留下了深刻印象。

[www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008)→35

## 评级及指数



**苏黎世/纽约：**2008年，汉高作为非耐用消费品领域的领导企业之一，再次被列入全球道琼斯可持续性指标DJSI（全球）及DJSI斯托克指数（欧洲）。



**敦：**汉高连续八年被国际FTSE4信誉道德指数榜提名。



**巴黎：**2008年，汉高接连数年再次成为入围伊莎贝尔可持续性指数先锋等级 (Pioneer class) 的200家公司之一。

### ECPI E.Capital Partners Indices 再次列入

入ECPI道德指数（欧洲）及ECPI道德指数（全球）。ECPI于1999年设立了该两项道德指数。



**巴塞尔：**2008年，Sarasin银行对汉高公司企业可持续性绩效评估为“高”

## 奖励及评价

**法兰克福：**由金融分析师组成的专业人员协会德国金融分析师协会 (DVFA) 以及商业杂志Wirtschaftswoche将ESG年度奖颁给了汉高这家德国公司，因为汉高在环境、社会责任及公司治理方面表现出色。2008年3月，汉高在DAX（德国股指）企业组中胜出。



2008年12月5日，在杜塞尔多夫召开的首届德国可持续性发展能力会议上，汉高公司荣获“德国最具可持续性品牌”，获奖原因之一是公司很早就开始关注可持续性发展能力方面的挑战、制定全面的CSR战略。汉高管理委员会主席罗思德（右）以及洗涤剂和家庭护理业务执行副总裁弗里德里希·斯塔拉博士代表本公司接受了奖励。

**维也纳：**奥地利企业公民中心 (CCC-A) 连续第三次对奥地利100家最大型公司的企业社会责任贡献进行了评估，2008年4月汉高中东欧公司不仅成为行业优胜者，而且成为全部评级的第一名，在总分100分中得82分。

**纽约：**2008年6月，纽约Ethisphere协会及福布斯商业杂志将汉高纳入“全球最具道德公司”评级，该清单中的公司是根据公司治理、创新、管理层领导风格、国际管理系统、声誉管理以及公司的企业公民责任等方面进行评估的。

## 可持续发展报告

2008年12月，联合国全球公约认定，汉高2007年可持续发展报告是非常杰出的年度进展报告。在提交报告的5000家公司中，只有240家公司在实施全球协议的10项原则方面入围“突出进步沟通”名单。

[www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org)

# 联系方式、信用及其它出版物

## 汉高联系方式

### 企业传讯部总部

电话: +49 (0)211-797-3533  
 传真: +49 (0)211-798-2484  
 电子邮件: ernst.primosch@henkel.com

### 可持续性发展/CSR管理部门

电话: +49 (0)211-797-3680  
 传真: +49 (0)211-798-9393  
 电子邮件: uwe.bergmann@henkel.com

### 投资者联系

电话: +49 (0)211-797-3937  
 传真: +49 (0)211-798-2863  
 电子邮件: oliver.luckenbach@henkel.com

### 企业传讯部亚太及中国

电话: +86 (0)21-2891-8150  
 电子邮件: george.zhu@cn.henkel.com

### 网站地址:

www.henkel.fr  
 www.henkel.com/sustainability  
 www.henkel.com/ir  
 www.henkel.com/smile

PR: 02 09 10.000

ISBN: 978-3-941517-03-5

## 出版机构: 汉高股份有限及两合公司

地址: 德国杜塞尔多夫40191号  
 © 2009汉高股份有限及两合公司

### 编辑工作与整理:

企业传讯部总部:  
 Jan-Dirk Seiler-Hausmann, Kathrin Zachary,  
 Wolfgang Zengerling

### 可持续性发展/CSR管理部门:

Eva-Maria Ackermann, Uwe Bergmann,  
 Ines Biedermann, Christine Schneider

### 英语翻译、协调及校对:

ExperTeam®, Neuss: Dave Brandt, Alice Milne,  
 Susan Salms-Moss

### 中文翻译、协调及校对:

上海正杉文化传播咨询有限公司

### 设计: Kirchhoff Consult AG, Hamburg

排版: workstation gmbh, Bonn

### 图像: Henkel, Oliver Blobel,

Caterine Bollinger, Olaf Döring, Andreas Fechner,  
 Tino Gil, Steffen Hauser, Christian Kruppa,  
 Bernhardt Link, Rolf Vennenbernd

### 印刷: 上海彩源印刷有限公司

## 可在互联网下载的有关出版物

年报、季度报告、愿景及价值观、行为准则、团队合作及领导准则、企业可持续性发展准则、研究杂志《关注未来》、公司历史、汉高微笑。

 [www.henkel.com/publications](http://www.henkel.com/publications)

可持续性发展报告的印刷采用了苏州紫兴纸业有限公司生产的哑粉纸, 封面采用300克哑粉纸, 内页采用157克哑粉纸。苏州紫兴纸业有限公司生产的所有克重的印刷纸张都通过了SGS检测, 符合欧盟出口标准。样本胶装所采用的胶水是汉高公司生产的3218型号背胶以及2415型号侧胶。

可持续报告封面上的图画是镶嵌图案, 该图案由汉高300多名员工的肖像以及我们主要品牌的产品标识和图片组成, 我们感谢那些同意将其肖像用在这幅图上的所有员工。

所有产品的名字都是杜塞尔多夫汉高股份有限及两合公司或者其子公司的注册商标。

本资讯信息内容包含汉高股份有限及两合公司管理层基于当前估计和假设而做的前瞻性声明。前瞻性声明的特点是使用“预期”、“预测”、“假设”、“认为”、“估计”、“预估”等字眼。因此, 不能将这种声明理解为预期会变为现实的保证。汉高集团及其子公司所实现的未来业绩及结果取决于诸多风险和不确定性, 因此可能与前瞻性声明有显著的差异。这些因素中的许多都不在汉高集团的控制范围之内, 并且不能准确地提前预测, 例如未来的经济环境和竞争者以及市场中其他参与者所采取的措施。此外, 汉高集团既不计划也不承担更新任何前瞻性声明的义务。

Henkel

*A Brand like a friend*