

Responsible BEAUTY

“尽责 尽美”

|



*A systems-
thinking
approach
to beauty.*

WWD Studios



WWD STUDIOS IN PARTNERSHIP WITH P&G BEAUTY.

在前所未有的 挑战中 航行：

尽管社会正在经历
种种巨变和冲击，
我们仍致力于
创造一个可持续的世界，
改善人类生活质量、
尊重人权和保护环境。

宝洁美尚事业部Responsible Beauty

“尽责 尽美”项目旨在提供一种
基于系统思维的决策方法，
为我们应对当下的挑战和驾驭未来的发展
绘制蓝图。



宝洁美尚事业部Responsible Beauty “尽责 尽美”项目的定位阐释

我认为, 美尚行业所面临的重大挑战在两年前就已初露端倪。越来越多的消费者希望购买的产品不会对自己、家人或环境造成任何不良影响。有鉴于此, 各种打着天然、有机、纯净、可持续口号的创新产品和新兴品牌铺天盖地而来。但关于什么是天然、有机、纯净或可持续, 则缺乏明确的定义或一致的行业标准。更重要的是, 许多产品为了片面突显可持续性或有机的特点, 在安全和效用等其它方面大打折扣。

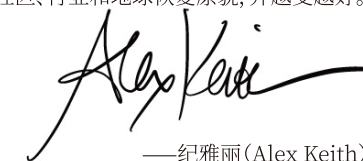
宝洁美尚事业部认为, 这种顾此失彼的做法对消费者有害无益。因此, 我们正在着手设计一种全新的标准, 确保美容美发产品的研制能够兼顾方方面面, 避免为追求某一方面的品质而给产品带来意想不到的后果。举例来说, 渴望拥有天然美容产品的消费者无需降低对产品效用和安全的期待, 无需担心引起过敏反应, 或是担心“洁净美妆”的成分并不可持续。此外, 我们应该让消费者知道, 负责任的原料采购意味着资源集中在最需要也最有可能对环境或社会产生积极影响的地方, 借此给予消费者信心, 并获得他们的认同。

宝洁美尚事业部Responsible Beauty“尽责 尽美”项目彰显了宝洁的承诺, 即致力于成为一股积极向上、向善的力量。该项目将系统思维的方法运用于美容行业, 体现了品质与效用、安全、可持续性发展、透明度、以及平等与包容五项基本原则之间相互依存的关系。该项目为我们提供了宝贵的机会, 让我们既能研制出高效的产品, 又能帮助消费者迈出“从意向到行动”的这一步, 让他们能够通过日常行动促成有意义的改变。

我们意识到, 宝洁的全球化规模意味着我们做出的每一项决定都有可能产生无法预料的巨大影响。为确保这种影响是积极的, 我们正在宝洁美尚事业部内部全面推行Responsible Beauty“尽责 尽美”项目, 指导我们旗下所有品牌的发展和运营。除一系列内部努力之外, 我们也充分认识到寻求外部合作的重要性, 因此, 我们正在动员宝洁旗下各品类及地区负责人参与到我们的项目中来, 与生态多样性、采购、可持续性包装等多领域的全球顶级专家进行合作。

以改善人类生活质量、尊重人权和保护环境为目标, 创造一个可持续的世界, 这并非天方夜谭。新型冠状病毒肺炎(COVID-19)疫情的大流行虽然使得这一挑战变得更加紧迫, 但是也表明我们有能力以更快的速度完成转型变革。

随着社会经济的持续复苏, 我们面临的不再是科学技术与自然环境之间的抉择。我们有能力也有责任充分发挥科学技术的优势, 更好地保护自然环境。宝洁美尚事业部Responsible Beauty“尽责 尽美”项目就提供了这样一种途径, 让我们有意识地将科学技术与自然环境结合起来, 摒弃投机取巧的心态, 帮助我们的社区、行业和地球恢复原貌, 并越变越好。



——纪雅丽(Alex Keith)

宝洁美尚事业部首席执行官

焦虑的时代

早在新冠病毒流行前,生活在北京、波士顿等大都市中的人们就已经产生了严重的生态焦虑情绪——对于地球当前及未来的生态环境状况表现出真切的担忧。在欧洲投资银行(European Investment Bank)开展的一项全球研究中,76%的受访美国人表示,气候变化每天都在影响他们的生活;在欧洲,这一比例跃升至82%;而在中国,高达98%的受访者表示他们每天都受到气候变化的影响。

许多消费者试图通过理性购物来缓解这种焦虑情绪。市场调研公司尼尔森(Nielsen)的研究数据显示,全球73%的消费者愿意通过改变消费习惯来减少对环境的不利影响。然而,来自世界自然基金会(WWF)的Mary Ta女士认为:“什么才算是自然的?什么是洁净美妆(clean beauty)?如果行业没有标准的定义,即使是最懂生态环保的顾客也难以真正读懂产品上的标签。”Mary Ta女士还尖锐地指出:“现实情况是,任何事物都会产生影响。即使是‘好’的选择,也会对环境或社区产生影响,这是一个此消彼长的过程。如果产品包装减少塑料用量,改用纸和纸浆材料代替,那这是不是反而助长了森林砍伐?”

可持续生物材料圆桌会议(RSB)的全球技术顾问Nicola Nojonen先生表示:“过去几十年里,人们提出了许多新的可持续发展途径,但随之而来的往往是一连串疏于考虑或未可预见的后果,并造成令人不安的破坏性影响。简而言之,创造真正可持续发展实践的最大挑战是消除所有意外后果。”

天然成分并不一定就是安全的或可持续的。合成物质及类天然物质可能比天然物质更具可持续性。“洁净美妆”的成分也可能不安全或引起过敏反应。世界自然基金会的Mary Ta女士表示:“消费者在选购产品时,考虑的是哪种产品对身体好、哪种产品对环境有益,但这两项标准在哪些方面可以相互结合以及怎样结合,目前还没有一个明确的说法。”消费者对产品创新有着强烈的渴望——比如由甘蔗纤维制成的新型生物塑料——他们认为这些新型产品既代表着科技进步又不会对环境造成任何不良影响。

此外,媒体环境也是一种重要的考虑因素,当前的媒体报道注重噱头,往往置信息的准确性于不顾,更加不会考虑到复杂的现实情况。“我们正在充分把握契机,将我们对于科学技术的深刻理解与对于自然环境的最佳理解相结合,造福人类和地球”,宝洁全球护肤与个护品类董事长兼总裁石拓培先生(Markus Strobel)如是说。“消费者渴望拥有最安全、最有效的成分,希望购买的产品不会对自己、家人或社区造成任何不良影响,更重要的是,他们希望这些产品能够产生积极正面的影响。”

天然成分并不一定就是安全的。有机成分实际上并不一定是可持续的。环保并不等同于高品质和高效用,类天然成分可能比纯天然物质更具可持续性。

——宝洁全球护肤和个护品类董事长兼总裁石拓培先生

新的社会契约

目前全球各国都开始着手重建工作,但由于新冠病毒在各地爆发的时间有早有晚,因而各个社区的“新常态”也不尽相同。来自雨林联盟(Rainforest Alliance)的Samantha Morrissey女士表示:“包括消费者、员工、领导者和供应商在内的所有利益相关方,他们在现实生活中开展的生产运营活动都符合马斯洛需求层次理论。”我们应该都听说过“口红效应”,与之类似的是,新冠病毒的全球大流行在许多方面也引起了一种“洗手液效应”:消费者对杀灭病毒所需的成分和配方类型都有了颇深的了解和鉴别力,俨然成为了“民间科学家”。来自欧洲皮肤健康联盟(Skin Health Alliance)的Thivi Maruthappu博士表示:“我们看到,患者和消费者在选择产品时有了更加严格的标准。在病毒肆虐的当下,人们迫切需要安全感,而使用安全的产品能够给予他们这种安全感。”Thivi Maruthappu博士还指出,皮肤健康联盟最近的一项研究发现,医学专家正在成为新的网红群体。比起网络护肤达人,消费者们更愿意向医生寻求皮肤护理的建议。

Samantha Morrissey女士表示:“我们看到一种新的社会契约正在逐渐形成,它将解决气候变化和社会基础设施的问题,并让企业充分参与到上述问题的解决过程。”除了助力社会经济复苏,新的社会契约还将在其他领域发挥重要作用。“新的社会契约可以帮助我们重建一个更加美好的世界,我们需要在重建过程中重点关注应变能力……为供应链及商业、医疗保健体系以及我们生活、工作的社区打造更强的应变能力。”

这场疫情让人类与地球健康之间的相互依存关系变得一目了然。世界自然基金会(WWF)私营部门业务高级副总裁Sheila Bonini女士表示:“乱砍滥伐森林导致人类与野生动物有了更多的接触。”再加上气候变化引起的全球变暖,这些“都为疾病的飞速传染创造了有利的环境和条件。”英国皇家植物园—邱园科学部副主任、博士Monique Simmonds教授表示:“只有我们保护大自然,大自然才会保护我们。我们必须保护好人类的栖息地,因为一旦栖息地遭到破坏,人类也会变得脆弱不堪。”

新视角：

系统思维

系统理论研究的是系统内所有组成部分之间动态且不断演变的相互作用, 适用于任何规模的系统, 小到一個芭蕾舞团内部微妙的人际关系, 大到全球经济形势的复杂多变。系统思维源于心理学、社会学、生态学和生物学, 通过观察具体的模式、背景和依存关系来预测和减少意外后果, 避免“问题切换”现象, 即解决某一个问题, 却引起其他后续问题。

宝洁美尚事业部首席执行官纪雅丽女士表示: “系统思维提倡这样一种观点: 要想开发出能够进一步催生其他方案的解决方案, 我们需要将世界视为多个相互影响的系统, 而不是把事物看作一张静态的‘照片’或是一个孤立的问题。在美容行业中采用系统思维, 可以处理好品质与效用、安全、可持续性发展、透明度、平等与包容之间相互依存的关系。某个领域做出的选择也许会对另一领域产生意想不到的影响。”

来自英国皇家植物园—邱园的Monique Simmonds教授认为, 在采购天然成分时, 采取系统思维方法尤为重要。利益相关方不仅可以在生产线上, 还可以在植物原料的整个使用周期内识别并解决成本和效益问题。此外, 气候变化、土地使用方法的改变、疾病和贸易等因素可能会显著改变植物的化学成分, 因此在每个阶段都需要对各种植物成分的功效和效力进行测试。Monique Simmonds教授还表示: “如果一种新的成分来源需要以巨大的环境成本为代价, 你要如何来补偿

这个成本? 种植产生的副产品能否在其他领域创造新的价值? 我们一定要以循环经济的方式来思考问题。”

来自雨林联盟的Samantha Morrissey女士表示: “在制定决策时, 我们必须首先要评估和确定可能产生的影响。我们可能无法详尽地掌握问题的全貌, 但是我们必须通过必要的尽职调查来尽可能地深化对问题的理解, 这一点很重要。”

宝洁全球护肤和个护品类董事长兼总裁石拓培先生表示: “新冠病毒危机让我们清楚地认识到世界是如此紧密地联系在一起。这种联系和系统思维是相辅相成的。对于美容美发行业而言, 这意味着要超越环境保护的层次来看待问题, 处理好从产品研发到企业行为的各个方面, 因为所有这些行为都会对消费者以及我们生存的世界产生影响。”

“要想开发出能够进一步催生其他方案的解决方案, 我们需要将世界视为多个相互影响的系统, 而不是把事物看作一张静态的‘照片’或是一个孤立的问题。”

——宝洁美尚事业部首席执行官
纪雅丽女士



宝洁美尚事业部Responsible Beauty“尽责 尽美”项目

宝洁美尚事业部首席执行官纪雅丽女士表示,在推动宝洁成为一股积极向上、向善的力量的同时,“宝洁美尚事业部 Responsible Beauty ‘尽责 尽美’项目旨在为子孙后代绘制一幅蓝图。它督促我们在向前发展的同时承担起责任,利用地球上有限的资源持续满足消费者的需求;以负责任的方式推动业务增长,确保宝洁集团既能有效应对各种问题,又能维持平稳发展。”纪雅丽还指出,宝洁美尚事业部的13000多名员工

将基于该方法做出决策。“我们的目标是让所有员工都能掌握和理解这五项原则之间的相互依存关系,让每个人都能提出正确的问题,并做出明智、有针对性的选择。宝洁美尚事业部 Responsible Beauty ‘尽责 尽美’项目旨在提供一个视角,让宝洁美尚事业部的所有员工——从采购原料的一线员工到负责P&L策略的管理层——都能通过这个视角来看待自己的工作,感受参与的快乐,并最终有所作为。”

五项相互依存的指导原则



宝洁美尚事业部 Responsible Beauty “尽责 尽美”项目 咨询委员会

要想成功运用系统思维, 我们需要充分共享和最大化利用系统内所有触点的信息。Samantha Morrissey女士表示:“任何个人或单个团队都不可能全面掌握所有的利弊权衡, 这也是合作伙伴关系的重要价值所在。”为确保宝洁美尚事业部Responsible Beauty“尽责 尽美”项目能够充分了解外部现实情况, 宝洁美尚事业部成立了“尽责 尽美”项目咨询委员会(RBAC), 由来自雨林联盟、可持续生物材料圆桌会议、世界自然基金会、英国皇家植物园—邱园以及欧洲皮肤健康联盟这五家非政府组织的专家组成, 这些专家无一例外地拥有深厚的专业知识和丰富的实际经验。石拓培先生表示:“宝洁美尚事业部Responsible Beauty‘尽责 尽美’项目咨询委员会的每一位成员都发挥着重要作用, 在这些专家的帮助与合作下, 我们可以了解其各自所在领域的最新研究、最佳实践和最新技术。随着宝洁美尚事业部Responsible Beauty‘尽责 尽美’项目不断深入开展, 我们还会邀请更多相关领域的外部专家参与其中。”



雨林联盟

官网:rainforest-alliance.org

雨林联盟致力于商业、农业和林业的交汇合作, 使负责任商业行为成为新常态, 保护森林, 改善农民和森林社区的生活。

“雨林联盟致力于改变世界生产、采购和消费的方式。雨林联盟意识到, 只有建立强大的合作伙伴关系, 才能实现这一伟大变革。通过宝洁美尚事业部Responsible Beauty‘尽责 尽美’项目咨询委员会, 宝洁美尚事业部借助合作伙伴的力量集思广益, 寻求创新解决方案, 探索可持续发展机遇。”

—雨林联盟可持续林业部总裁
Samantha Morrissey女士



可持续生物材料 圆桌会议

官网:rsb.org

可持续生物材料圆桌会议通过提供可持续发展解决方案、认证以及合作伙伴关系, 引导企业以负责任的方式进行生物质、生物燃料和生物材料的开发和生产。

“我们十分荣幸能够成为宝洁的技术合作伙伴, 为宝洁提供原料采购方面的建议和指导。宝洁美尚事业部Responsible Beauty‘尽责 尽美’项目咨询委员会是一种多元化的合作伙伴关系, 通过汇集各方面的专业知识, 让决策者在通盘考虑可持续性潜力之后, 制定切实可行的相关政策。”

—可持续生物材料圆桌会议全球技术顾问
Nicola Noponen先生



世界自然基金会

官网:worldwildlife.org

近60年来, 世界自然基金会一直致力于环保事业。作为全球享有盛誉、最大的非政府环境保护组织之一, 世界自然基金会通过多种解决方案, 致力于保护世界生物多样性及生物的生存环境。

“世界自然基金会与宝洁有着长期、广泛的合作关系。世界自然基金会在实践中不断践行重视创新、信任与透明的原则。宝洁美尚事业部Responsible Beauty‘尽责 尽美’项目咨询委员会汇集不同的领导思想, 共同打造负责任的全球供应链。在保护地球方面, 当今世界面临着复杂严峻的挑战, 不可能轻而易举地提出有效的解决措施。有鉴于此, 宝洁美尚事业部Responsible Beauty‘尽责 尽美’项目咨询委员会提供一种积极主动获取并分享知识的有效途径。”

—世界自然基金会可持续发展研发项目官员
Mary Ta女士



英国皇家植物园—邱园

官网:kew.org

英国皇家植物园—邱园是全球植物和真菌研究的权威机构, 凭借其全球顶尖的专业知识、丰富的植物标本和全球合作伙伴关系, 应对人类面临的重大挑战。

“我们与宝洁的合作取得了显著的科学成效。不同学科领域的科学家们汇聚一堂, 大家秉持同一目标, 即专注于从植物中提取化学成分、研制有效的美容产品。更重要的是, 用来提取成分的植物必须拥有可持续的供应来源, 并且能够为种植者带来维持生活的收入。”

—英国皇家植物园—邱园科学部副主任
Monique Simmonds博士



欧洲皮肤健康联盟

官网:skinhealthalliance.org

欧洲皮肤健康联盟与皮肤科医生、研究人员以及皮肤科学家等专业人士合作, 对美容产品、美容诊所以及皮肤相关的治疗和服务进行独立且基于科学的安全性验证。

“欧洲皮肤健康联盟的核心价值观是为消费者谋求更大福祉并评估相关产品对环境的影响。我们与宝洁美尚事业部的合作关系可追溯到十多年前, 在此期间, 宝洁美尚事业部以其实际行动多次证明, 公司在健康与环保领域奉行的严格标准与皮肤健康联盟倡导的标准完美契合。”

—欧洲皮肤健康联盟皮肤科医生
Thivi Maruthappu博士

宝洁美尚事业部Responsible Beauty “尽责 尽美”项目的 实际应用

Old Spice & Secret： 再生纸的力量

为庆祝第50个世界地球日(Earth Day)的到来，Old Spice & Secret成为全球首个推出全纸质、零塑料止汗露包装的行业领先品牌。它的纸质包装由90%经森林管理委员会(Forest Stewardship Council)认证的再生纸制成，采用“推拉式”设计取代罐装设计，可以替代塑料等多种包装材料，有助于可持续发展。仅仅将目前10%的止汗露包装替换为再生纸或其他可回收材料，每年就可以减少150万磅的塑料垃圾。



海飞丝： 在回收利用海滩塑料废物上 取得重大突破

2017年之前，海滩上的塑料垃圾由于覆盖着海藻、沙子、细菌和其他污染物，只能清除而无法再回收利用。通过与泰瑞环保(TerraCycle)公司和苏伊士环境集团(Suez)合作，宝洁美尚事业部的科学家们成功解决了这一难题，研发出一项革命性技术，能够对任何状态下的海滩塑料垃圾进行回收和再利用。2017年，海飞丝推出首款由海滩塑料垃圾制成的可回收洗发水瓶，并在同年荣获联合国“变革的动力”——灯塔行动大奖(United Nations Momentum for Change Lighthouse Award)，该奖项旨在表彰在应对气候变化方面表现卓越的项目。截至2020年，海飞丝已在超过15个国家应用这项技术，成功回收十余吨原本可能流入海洋的塑料，并将其转化成为一百多万个洗发水瓶。最近，Herbal Essences也成功加入宝洁美尚事业部在美国的海滩塑料回收行动，并推出了品牌首款由海滩塑料制成的可回收洗发水瓶。

OLAY： 护肤品， 可填充包装的未来

作为首个提供补充装的大众护肤品牌，Olay在美国和英国市场针对其最畅销的新生面霜(Regenerist)推出补充装，并采用可完全回收的纸质材料包装进行销售。10月，为了表达对乳腺癌防治宣传月(Breast Cancer Awareness Month)活动的支持，Olay推出限量版粉红色补充装，不到一个月即销售一空。如果消费者对这款环保设计反馈良好，我们预计将减少超过百万磅的塑料使用量。

Olay
是首个提供
补充装的
大众护肤品牌。



潘婷日本：
摆脱发型偏见

潘婷(Pantene)在日本发起了#HairWeGo主题运动, 在短短两年时间里, 这场运动促使日本国内发生重大的文化转变, 日本年轻女性开始大胆尝试自己喜欢的发型。#HairWeGo运动聚焦于日本女性的标准“求职”发型(shūkatsu):按固定的侧分比例向后梳成马尾。潘婷与139家日本顶级企业合作, 承诺给予求职者更多“发型自由”, 让更多求职者能够摆脱职场刻板规则的束缚, 展示自我。潘婷还聚焦于日本校园对学生发型的束缚。在此之前, 所有不是黑色直发的学生

都需提交“天然发色证明书”, 或提供婴儿时期的照片来证明自己的头发是天生的, 而不是用化学药品或卷发器弄出来的。然而, 即使提交了“天然发色证明书”, 为了遵守学校的规定, 很多学生还是被迫将头发染黑、拉直。2019年夏, 受潘婷日本#HairWeGo运动的启发, 日本民众发起请愿活动, 促使东京都教育委员会(Tokyo Metropolitan Board of Education)永久废除了学校对学生发型的强制规定。



WATERL<SS:
“免洗之美”

目前, 全球约40亿人每年至少有一个月的时间遭受严重缺水的困扰, 联合国预测, 2025年全世界将有三分之二的人口面临缺水问题。2020年1月, 宝洁美尚事业部在北美推出免洗护发品牌Waterl<ss, 包括一系列洗发和护发产品。该免洗护发品牌及免洗技术最初在南非开普敦研发和上市, 当时正逢南非遭遇严重干旱, 许多当地女性因为无法正常清洁和护理头发, 不得不考虑将头发剪掉。宝洁美尚事业部首席执行官纪雅丽女士表示:“水资源非常珍贵, 全球目前正面临着严重的缺水危机。我们相信, 通过富有洞察力和有意义的创新, 即使在水资源短缺的情况下, 我们的产品也可以发挥作用, 帮助消费者实现他们所期望的最终结果。”

HERBAL ESSENCES:
经英国皇家植物园—邱园
验证的
纯天然植物成分

Herbal Essences是全球首个与植物科学领域的权威机构——英国皇家植物园—邱园合作的护发品牌。邱园科学家对Herbal Essences植感哲学(bio:renew)系列产品中的关键植物成分进行了严格的评估, 鉴定成分的种类及品质。

邱园不仅是植物功效领域的顶尖翘楚, 还拥有丰富多样的植物标本, 是Herbal Essences最理想的合作伙伴, 能够助力Herbal Essences寻找安全、有效且可持续的新一代天然成分。

Herbal Essences携手英国皇家植物园—邱园, 让消费者每天都能感受到来自大自然的积极能量。

英国皇家植物园—邱园
的植物标本馆中馆藏了
约700万份维管植物标本,
代表了地球上95%的植物属群。
这些标本的收藏工作
历时170余年,
其中蕴含着与植物相关的丰富信息。

PANTENE：
“发型自由”
无关性别

在欧洲, 潘婷发起#HairHasNoGender运动, 通过分享跨性别者和非常规性别倡导者的个人经历和故事, 积极探索发型对个人身份表达的意义。

#HairHasNoGender运动还讲述了这类群体所面临的困境, 以及潘婷竭尽所能向这类群体提供帮助而采取的有意义的行动, 其中就包括与DressCode项目进行合作。

DressCode项目是一个由全球各地沙龙组成的网络, 致力于向所有人推广更加安全的性别确认空间理念, 并与当地性少数群体(LGBTQ)协会合作, 为跨性别群体提供安全空间、工作培训和就业机会。



SECRET：
倡导
薪酬公平

在美国国家女子足球队(USWNT)于2019年7月以史诗般的表现夺得世界杯冠军后, Secret品牌宣布将向USWNT球员协会捐赠超过50万美元的资金, 帮助缩小美国男女足球队员的薪资差异——这也让Secret成为首个公开支持美国国家女子足球队争取同工同酬的官方赞助商。

USWNT球员协会执行董事Becca Roux接受《纽约时报》采访时表示：“对于品牌而言, 尤其是同为美国足球赞助商的品牌, 公开为我们的球员提供经济支持意义重大。

性别公平和薪酬公平是系统性的问题, 需要系统性的解决方案, 而企业是这个系统内强大且有影响力的参与者。

通过相关企业的不懈努力, 我们一起推动巨大的变革, 并最终实现良性发展。”

美国国家女子足球队(图片: RICHARD ULREICH/CSM/SHUTTERSTOCK)

开源
之美

为了启迪灵感、推动进步、加快积极变革的步伐, 宝洁美尚事业部Responsible Beauty“尽责 尽美”项目决定向公众开放公司的突破性技术、项目和流程。纪雅丽女士称: “群策群力, 才能解决庞大的系统问题。”

美妆产品中植物成分的安全使用

近些年来, 消费者越来越青睐含有植物成分的美妆产品。宝洁历经十余载的努力, 研发出一套完善的安全评估方法, 可以评估植物成分的安全性, 并确保这些成分的安全使用。宝洁已经通过各种论文、著作及演讲的形式, 与产业、学术机构及美容专业人士分享了自己的研究成果和改进工艺。通过提供历史案例、实用工具和背景知识, 本白皮书就如何评估美妆产品中植物成分的安全使用提供了指导意见。如需获取《美妆产品中植物成分的安全使用》白皮书, 敬请访问

<https://us.pg.com/responsible-beauty/>



适应性设计

宝洁美尚事业部与文化咨询公司Sparks & Honey合作,利用后者专有的文化智能平台QTM,对宏观社会趋势进行量化分析,来寻找有可能影响全球数十亿人的文化变革驱动力,确保“尽责 尽美”项目架构能够经受住时间的考验。Sparks & Honey的评估结果表明,宝洁美尚事业部Responsible Beauty“尽责 尽美”项目的五大相互关联原则能够顺利适应快速变化的世界,并能不断演化以满足未来的需求。

以下是几个能够体现宝洁美尚事业部Responsible Beauty“尽责 尽美”项目前瞻性思维的案例,根据Sparks & Honey的方法论,在未来的五到十年里,它们将有力地促进行业的发展。



产品 = 保护

► 消费者越来越依赖美容及健康类产品,寄希望于这些产品能够成为自己的“护身符”,保护自己免受污染、科技和气候变化所带来的一系列环境刺激。

社会文化信号:

- 戴森(Dyson)为其内置空气净化器的耳机申请产品专利:[阅读全文](#)
- Vissla推出的概念潜水服“rising sea wetsuit”能够自动检测海水中的有害细菌、病毒、径流和污染并提醒潜水者远离:[阅读全文](#)

实验室培育的天然物质 = 新常态

► 消费者把以生物技术为基础研发出来的产品视为一种“两全其美”的方案,这类产品的成分和包装既源于自然界又可以在实验室中可持续地生产。

社会文化信号:

- 科创公司Endless West推出了两种在实验室里研制出的合成酒:合成葡萄酒与合成清酒,这两种新产品只需使用极少的天然资源作为原料,而且合成酒的碳排放显著低于传统酒:[阅读全文](#)
- 人造钻石日益受到人们的青睐:[阅读全文](#)

再生 = 新的可持续性

► 随着清洁水源等自然资源的日益稀缺,仅仅做到“碳中和”和可持续性已无法满足要求——消费者需要的是能够再生和修复环境的产品。

社会文化信号:

- 美国禧贝有机(Happy Baby Organics)最新婴儿食品系列优选以再生种植方式生产出来的原料——比如从大气中吸收碳的土壤——助力减缓气候变化:[阅读全文](#)
- 荷兰打造的ReGen Villages是一个能够完全自给自足的“融合科技并且可再生的住宅房地产开发项目”:[阅读全文](#)

宝洁中国 美尚事业部 “尽责 尽美” 项目总览

绿色工厂

► 宝洁在中国共有四家工厂为美尚事业部服务,每家工厂都秉承对环境负责任的态度,追求产品制造与环境保护共赢的结果,确保在建设和运行过程中重视环保、健康和安。

1. 为了保护和土壤,我们的工厂将废弃物 100% 进行分类并回收再利用,实现生产废弃物零填埋的目标。

2. 宝洁太仓工厂于 2020 年登榜世界经济论坛“灯塔工厂”名单,展现了在第四代工业革命中的绿色新智造实力。设计之初,太仓工厂就围绕着苏州园林的概念而建,是宝洁全球最具可持续性的工厂之一。太仓工厂获得了 LEED (Leadership in Energy and Environmental Design, 能源与环境设计先锋) 绿色建筑金奖和银奖认证,采用来自风能的 100% 可再生电,零二氧化碳排放。通过精益管理,2012 年来用水单耗整体降低 56%,并实现工业废水零排放。太仓工厂也是宝洁第一个采用绿色供应链指数 (CITI) 和蔚蓝地图 APP 来管理供应商环境绩效的工厂。太仓工厂响应中国公众环境研究中心 (IPE) 绿色供应链提倡,牵头试点端到端绿色供应链,并于 2019 年 4 月举行了绿色供应链研讨会并分享了最佳案例。



3. 宝洁天津西青工厂:

2019 年循环利用超 9 万吨水,节约水量可支持 1.8 亿人人均饮用 1 瓶矿泉水;携手天津市环保局,开展“美丽中国,我是行动者”绿色生活家宝洁环保宣传活动。西青工厂通过地源热泵来提供热源,工厂投资建设了太阳能板来提供生产用电,发电量为 1 兆瓦;此外还建设了太阳能锅炉及冰蓄冷,充分利用太阳能、地热能和冬季气温制冷等自然能源取代化石能源的使用。2016 年西青宝洁即实现了工业生产废弃物零填埋,废旧瓶子通过回收再利用成为塑料用品 (非食品级),废弃纸张通过回收再利用成为包装纸箱,废弃洗发水沐浴露可以处理为工业清洁剂,污泥则变废为宝为建筑材料。

4. 宝洁天津工厂:

凭借过去 2009-2018 年用水单耗降低 55.7%,获天津市政府颁牌“节水型企业”。

5. 宝洁黄埔工厂:

一方面减少“三废”排放,不断降低单位能耗,生产工艺用水后产生的浓水实现全部回收再利用,用作工厂浇花 / 洗手间 / 花园池塘 / 清洁,每年减少 42200 吨废水排放。另一方面积极将风能,太阳能等清洁能源纳入工厂能源体系。黄埔工厂还携手植感哲学品牌,与英国皇家植物园邱园合作,建立工厂花园,打造花园生态系统。

包装创新

1. 为了保护环境、土壤以及海洋,在过去的一年中(19/20财年), Olay 中国积极减少塑料的使用约 106 吨(相当于可生产约 8 百万只 500ml 矿泉水瓶子的塑料使用量)。大红瓶由不可回收的塑料瓶升级为可回收玻璃瓶包装。

2.Olay 借助数据化方案,消费者可以通过扫二维码得到说明书信息,消除产品纸质说明书,每年减少 770 万张使用,节约 38.5 吨纸板。

3.Olay 与供应商建立全生态系统,运用可循环周转箱运送包装材料,每年减少 3 万纸箱报废,节约 15 吨纸板。与客户合作,设计天猫直发包装,每年减少 10 万礼盒和快递纸箱的使用,节约 19 吨纸板。不断优化包装,取消软管包装小样产品中盒,通过精确计算产品的承重优化纸箱的中间层重量由 140g 减少到 120g,减少每年 21 吨纸板使用。



产品创新

1. 飘柔推出免洗护发素,因为不用冲洗,每次使用可以节省 20 升的水冲洗。如果一个人累积全年洗头 150 次,可累积节省水 3000 升。
2. 植感哲学洗发水,十大无添加。不添加包括硅油、人工色素、甲苯、己二醇在内的化学元素,以真实的植物萃取,带来天然的洗护体验。
3. 舒肤佳推出免洗洗手液和泡沫洗手液为消费者提供更加省水的选择。使用舒肤佳免洗洗手液,如果一个人平均每天洗手 8 次,每人一年可累积节省 2832 升水。使用舒肤佳泡沫洗手液,对比起用肥皂洗手,每次可节省 34% 的水。

健康教育

舒肤佳一直致力于推进洗手教育,守护儿童健康。在城市及农村开启超过 13 年的儿童洗手教育公益项目,已有累积超过 7200 万儿童受益。舒肤佳与 NGO 伙伴壹基金一起特别成立了针对贫困地区的“洗手计划”,在超过 392 所小学里建设了 4050 座洗手台,改善卫生条件。在 2020 年新冠病毒在中国得到初步控制后,舒肤佳在全国启动“健康充电站”活动,宣传正确个人卫生习惯,加强返工返校的健康防护。



“通过宝洁美尚事业部
Responsible Beauty
‘尽责 尽美’项目，
我们设立了一系列全新的标准，
确保我们能为人类，
为地球，
带来更好的产品，
更好的未来。”

——宝洁美尚事业部首席执行官
纪雅丽女士
