

## 美力创新让世界更好 资生堂荣登 2019 “中国企业社会责任榜”

2019年12月12日，“2019 第一财经·中国企业社会责任榜颁奖盛典”在上海世博会博物馆 WE 剧场盛大举办。作为全球领先的化妆品品牌，资生堂此次荣获“环境生态贡献奖”，显示了其在绿色生产、环境治理及环保活动中对企业使命的积极履行。资生堂中国经营战略本部本部长长谷直子女士出席典礼，并在领奖时发表获奖感言。



“企业社会责任”（以下简称：CSR）是企业价值创造的重要组成部分，强调在经营过程中对环境、人和社会的关注。由第一财经发起和主办的“中国企业社会责任榜”已连续成功举办了十一届，在社会上形成了广泛影响力，是商界和公众眼中最具公正性和权威性的 CSR 评选项目之一。近年来，随着环境问题的日益严峻，绿色发展成为企业健康经营的主旋律，受到社会各界的高度重视。在提出“BEAUTY INNOVATIONS FOR A BETTER WORLD（美力创新让世界更好）”的企业理念后，资生堂创造可持续美好社会的愿景更加明晰，CSR 项目开展的步伐也更为坚定。



## 多力并举 践行环境责任

此次荣获年度“环境生态贡献奖”，是资生堂致力于保护地球、追求自然之美、和谐之美的又一实践成果。一直以来，资生堂产品以其丰富性、专业性和安全性，深受广大中国消费者的信赖与认可。而在背后的生产环节，资生堂严格控制整个制造流程，努力实现无污染生产，降低环境负荷。其中，北京和上海工厂分别早在 2001 年和 2004 年就取得了 ISO14001 国际环境管理体系认证，用现代、科学、绿色的管理模式开展生产活动。同时，为响应政府缓解电力资源紧张的号召，资生堂上海浦东工厂积极尝试多种节电措施，有效降低了制造能耗，达到理想的节能目标。

公益绿化活动同样是资生堂长期坚持的一项 CSR 举措。在 2008 年至 2018 年的十年间，资生堂集团的中国志愿者们集体累计造林达 56 公顷，栽种树木 10 万余株，树苗存活率 88%，用实际行动守护“绿水青山”。

## 共赢共生 专注社会公益

资生堂拥有超过 140 年的品牌历史，并在进入中国市场的 30 多年中持续深入地推进 CSR 经营，受到政府、消费者和社会公众的广泛肯定。例如，上海资生堂妍肤化妆品店已连续 10 年为患肌肤疾病的顾客提供遮盖产品和修饰指导；旗下水之密语品牌水质改善项目已为甘肃、宁夏的 15 所学校送去了专业净水设备，让当地学生喝上放心水。在成为消费者信赖的化妆品品牌之际，资生堂致力于在更宽领域传递正能量，让本地化经营更富活力。

## 聚焦文体 推进事业融合

自企业创立之初，资生堂就专注于发展艺术、文化事业。从赞助 2010 年上海世博会，到支持蔡国强、荣荣等著名艺术家举办各项展览，资生堂为当代中国的艺术创新与推广做出了积极贡献。2019 年，资生堂体育推广事业频频发力，先后赞助深圳 WTA（国际女子网球协会）年终总决赛和中国杯世界花样滑冰大奖赛，在更大范围传递企业 CSR 理念。

百年资生堂，将社会责任与企业发展紧密联系在一起，“饮水思源，回馈社会”成为资生堂全球经营的不变信念。长谷直子本部长表示：“作为一家拥有 147 年历史的企业，进入中国 38 年以来，希望在企业使命“BEAUTY INNOVATIONS FOR A BETTER WORLD（美力创新让世界更好）”的基础上，从环境、社会、文化三个领域，以 BEAUTY 为中心，努力成为受中国消费者信赖的化妆品企业，为社会做出贡献。”

