

2007年可持续性发展报告

汉高企业的社会责任

# 我们的 承诺



Henkel

*A Brand like a friend*

# 可持续性发展表现

## 2003年至2007年的可持续性发展表现

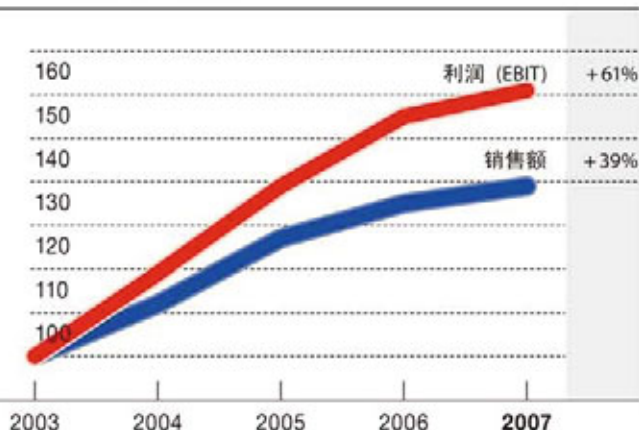
环保指数（每吨产出）\*

|                         |      |   |
|-------------------------|------|---|
| 工伤                      | -72% | 3 |
| 重金属                     | -57% | 3 |
| 废物                      | -32% | 3 |
| 能源                      | -21% | 3 |
| 二氧化硫 (SO <sub>2</sub> ) | -17% | 3 |
| 水                       | -15% | 3 |
| 二氧化碳 (CO <sub>2</sub> ) | -15% | 3 |
| 挥发性有机化合物 (VOC)          | -9%  | 3 |
| 废水承载 (COD 排放)           | 15%  | 5 |

\*每100工时所发生的工伤事故

## 2003年至2007年的业务表现

百分比：2003年指数



## 公司概况

我们的品牌和技术主要涉及三大业务领域：

- ▶ 洗涤剂及家用护理
- ▶ 化妆品/美容用品
- ▶ 粘合剂技术

2007年，我们的总销量达到130.74亿欧元，我们拥有53107名员工，其中81%受雇于德国境外。在上述三大业务领域，我们皆是市场的领导者。

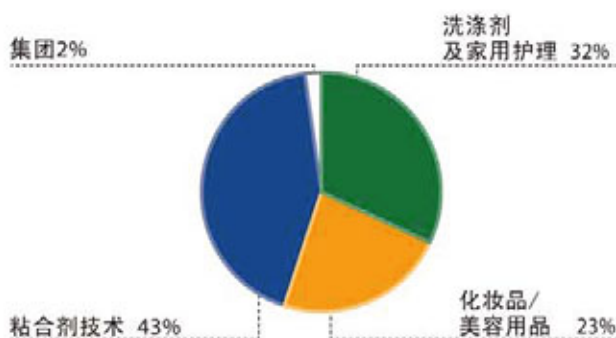
汉高长期业务战略的重点为拓展北美市场业务，同时汉高也重视东欧、非洲、中东、亚太及拉丁美洲等业务增长型市场。

## 目录

|           |    |
|-----------|----|
| 我们的理念与行动  | 2  |
| 我们的目标     | 8  |
| 价值观和管理    | 10 |
| 可持续性管理    | 13 |
| 可持续性产品    | 20 |
| 生产与物流     | 30 |
| 员工与岗位     | 38 |
| 社会承诺      | 44 |
| 利益相关者的沟通  | 48 |
| 外部评估      | 50 |
| 联系信息和出版信息 | 51 |

## 2007年各业务部门销售额

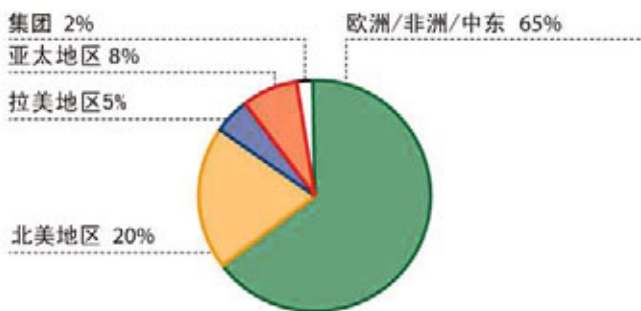
单位：欧元（百万）



总销售额13,074 (100%)

## 2007年各地区销售额

（以公司所在地计算/单位：欧元（百万））



总销售额13,074 (100%)

# 我们的承诺



李宁雅(Ulrich Lehner)博士(左)与 Wolfgang Gawrisch博士

在满足全球人口增长需求的同时，世界各国政府均十分关注水、能源及其他资源的供应。可持续性发展是一个全球的挑战。只有当我们每一个人都竭尽所能地去促进可持续性发展，在当地承担社会责任，我们才能取得可持续性发展的胜利。就汉高而言，此点同样适用。这也正是我们要求所有员工遵循这条原则并将其内容并入企业价值观的原因所在。

在形成销售和产生利润的同时，我们均怀着一种社会责任感去管理我们的业务，并贯穿整条价值链，因为我们深信有效的环保措施和社会责任感是一家公司取得长期成功的关键所在。

2003年7月，汉高加入了联合国全球公约，公开强调汉高所作的承诺——尊重人权和基本用工权利、促进环保以及同所有形式的腐败做斗争。

唯有通过同所有社会群体，包括当地的、地区的以及在企业层面的这些群体进行对话，才能促成行之有效的可持续性解决方案。

自1992年以来，汉高就在年度可持续性报告中列举了一系列信息和数据来记录我们在能源与气候、用水与废水、原料与废料、安全与健康以及社会发展等领域所作的贡献。虽然我们在过去的十年间已硕果累累，但在今后五年，我们的目标是将能源消耗再次降低15%，用水消耗再次降低10%，废料再次减少10%（每项均指每公吨产量）。且在研发新产品的同时，我们会确保为保护资源做出更多的贡献。

通过员工忠诚的工作，通过我们的产品，我们正在逐步打造一个有益居住的未来。

李宁雅(Ulrich Lehner)博士  
Henkel KGaA管理委员会主席

Wolfgang Gawrisch博士  
首席技术官,研发/技术可持续性发展委员会主席

# 我们的理念与行动

## 汉高的可持续性发展—— 以宝莹(Persil)的诞生为例说明

众多等级评定和奖项皆表明汉高在可持续性以及企业社会责任(CSR)方面均为全球领导者。我们在很久以前就形成了这些理念，其实当时我们已经在解决当代的问题了，譬如：气候变化带来的持续威胁。怀有这些想法，我们始终致力于优化汉高产品和科技生命周期的三个阶段，即：研发、生产和使用。

在整条价值链中，我们将尽责放在首要位置。尽责所体现的关键问题在于一家公司在产生利润的同时该如何表现，并且是否通过一种有责任感的方式开展业务。

对汉高而言，这种尽责的基本态度由来已久，早在1876年公司成立伊始，此态度就已植根于汉高的DNA，成为我们的一部分。弗里兹·汉高(Fritz Henkel)的理想就是要生产出各种洗涤用

水资源、能源以及其他资源的匮乏已是全球公认的挑战。我们接受这项挑战并在全球125个国家中采取行动直面挑战。我们的目标是为社会做出有价值的贡献。这一理念的根基就是通过我们的品牌与技术使人们的生活更加轻松、舒适和美好。汉高将对人、对环境的责任与卓越的业绩结合起来，以一种可持续的、颇有社会责任感的姿态去达成此项目标。

品，将人们从清洗的苦差事中解脱出来。他和他的儿子们(Fritz Henkel, Jr.)及Hugo Henkel博士共同协作，终于在1907年完成了“洗涤界的革命”——生产出了宝莹(Persil)（世界首款自作用洗涤剂）。这种洗涤剂无需氯气即可清洗漂白。宝莹(Persil)不仅可以解决费力的手搓洗给衣物纤维带来的磨损，同时改善了家居的清洁卫生条件。这些均是汉高在社会进步中所做的实质贡献。



上世纪早期，衣物洗涤是件苦差事。宝莹(Persil)代表着社会的一大进步。



2008年，用宝莹(Persil)清洗衣物。

## 创新与责任

昨日的成就已成历史。仅有一项绝妙的发明还远远不够。我们需要的是源源不断的好点子，可以创造出更好的新产品。一个能够彰显汉高创新实力的基本示例就是宝莹(Persil)。作为洗涤产品的优质品牌，2007年宝莹(Persil)在全球70多个国家度过了自己的百岁诞辰。

宝莹(Persil)与汉高其它产品一样，在市场上取得成功其背后的决定性因素在于汉高通过不断创新致力于提升其产品性能。创新，同样是可持续性发展的关键所在。提升产品性能同时表达了我们的一种信念，即：在经济发展、生态平衡和社会责任之间寻求健康平衡的必要性。

这一信念长期植根于汉高。早在1972年汉诺威的展会上，公司首席执行官Konrad Henkel博士就发出警告：“仅仅关注利润的公司很快就会遭遇惨重损失。”作为公司的主要股东，汉高家族成员们一直鼓励公司高级管理层与全体员工共同遵循这种自然利润导向的企业经营模式，从生态和社会层面全面了解自身行为，认

真履行一名员工的职责。这一传统已成为汉高的独具特色，并成为我们引以为豪的竞争优势。

我们之所以通过许多不同方式展现我们在可持续性以及企业社会责任方面所作的贡献，是因为早在几十年前我们就已开始致力于解决我们所关切的重大议题。

## 水

“水是二十一世纪的黄金。”此种说法确切表达了全球对水资源保护的持续关注。

对汉高来说，水问题长期以来都是一个非常重要的课题。例如，早在二十世纪五十年代，由合成纤维制成的织物和衣服非常受欢迎。尼龙，Perlon®以及其他新型材料均是风行一时的纤维。为响应这一趋势，我们推出了合成衣物洗涤剂，专门推出了宝莹(Persil)的合成版本。我们的研究人员开发出了各种配方，用合成清洗活性物质替代了天然肥皂。



然而，合成洗涤剂不仅会在洗衣机，还会在排出的废水中产生泡沫。由于当时的污水处理厂为数不多，且洗涤剂表面活性剂不易被生物所降解，导致江河湖泊充斥着成堆的泡沫。作为德国市场的领导者，汉高迅速做出反应。在1958年，即50年前，就开始系统地分析莱茵河及其支流的水质以测定漂洗活性物质的不同水平。1959年初，我们就对所有汉高的衣物洗涤剂及居家清洁剂进行定期生态质量检查。

1986年推出的不含磷酸盐的宝莹 (Persil) 产品体现了汉高革新、开拓的精神。二十世纪六十年代，研究人员发现尽管衣物洗涤剂中的磷酸盐可以起到柔软剂的作用，但磷酸盐同时会令水域表层充斥着丰富的养料，造成藻类泛滥，严重扰乱了水生生态系统。后来，我们开始了一项研究，开发出了人工硅酸盐（商标名：Sasil），一种磷酸盐替代品。这在衣物洗涤剂的历史上是一座巨大的里程碑。

我们在水资源管理及表层水域保护方面有着五十多年的专业经验。我们用获取的知识开发出了性能优异、更具环境兼容性的衣物洗涤剂。今天，这些累计的数据为保护我们表层水域的纯净做出了贡献。同时，我们在全球范围内使用这些数据，并借助计算机编程模拟欧洲表层水域的污染状况。

### 能源与气候

每当翻开报纸或收看电视新闻时，我们都能了解确保能源供给是今后面临的一大挑战。与之密切相关的是二氧化碳(CO<sub>2</sub>)排放及气候变化所带来的威胁。汉高一直关注这些问题的前因后果——而不仅仅关心生产成本以及客户和消费者的电费帐单。

汉高在减少清洗衣物所需能源方面所作的基础性贡献始于上世纪七十年代对酶的研究探索。



二十世纪五十年代末：由废水中衣物洗涤剂表面活性剂引起的河流上的泡沫。



那时，三分之一的衣物均由合成纤维制成。新的有色织物正在逐步取代典型的，一般为白色，且需高温漂洗的天然纤维。然而，新的织物不能用热水漂洗，这对衣物洗涤剂生产商而言为一个挑战：如何才能确保纤维在低温下彻底洗净？传统的衣物洗涤剂，尽管耐力强，却只能在高温下起作用。汉高早就注意到此问题，并推出了宝莹(Persil)70，其为一种强耐力生物活性洗涤剂。借助于酶的帮助，宝莹(Persil)70甚至在低温清洗时也可以清除顽固蛋白质污渍。

酶的运用对节约能源来说也是一大贡献。低温清洗降低了国内的能源消耗。事实上，从1970年起，每台洗衣机的负荷就已减少了一半之多。仅就德国而言，二氧化碳排放就减少了一百五十万吨。

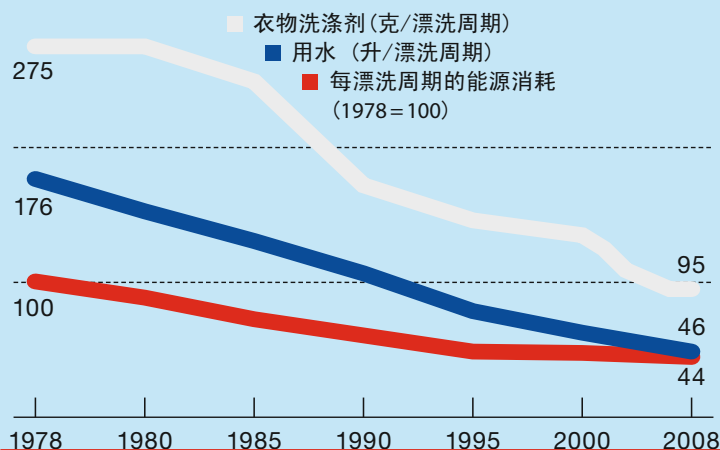
如果没有高效酶的帮助，现代洗涤用品想要在低温清洗中表现出众，简直难以想象。

### 对酶的研究

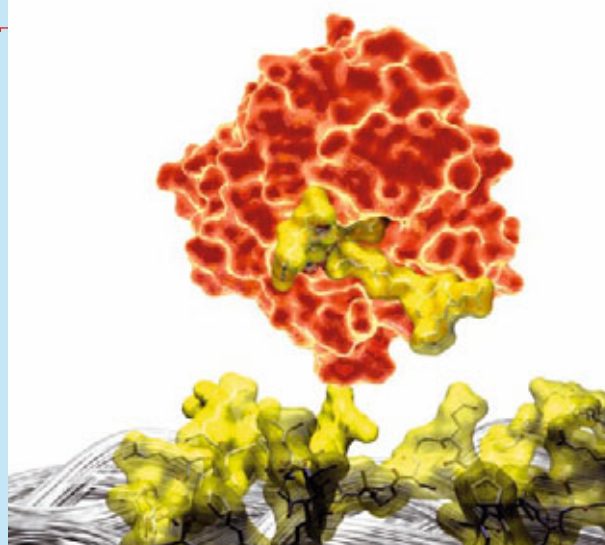
如果没有高效酶的帮助，难以想象现代洗涤用品能在低温清洗中表现出众。酶是一种可加速生化反应的天然蛋白质。酶可分解蛋白质污渍，并溶解油渍。在洗涤衣物时，酶还可促进能源的节约，这是因为洗衣机对水加热是漂洗过程中能源消耗的关键因素。在不削弱产品性能的同时，我们希望降低能源消耗。这就是我们不断致力于新型酶研究的原因之所在。我们要在提升漂洗性能的同时，减少化学用品的使用，降低能源消耗。

我们也在不断地改进生产酶的生物科技。必须精确地控制温度、氧气以及养料以确保生产出大批高质量的酶。在一项研究项目中，我们对用于生产酶的有机物进行了优化，目的是为了在生产过程中大幅减少能源、用水与原料的消耗。

**衣物漂洗的可持续性：  
1978年至2008年所取得的进步**



通过不断改进汉高衣物洗涤剂的配方，我们得以不断减少洗涤剂剂量，降低用水与能源消耗。



计算机模拟：一种衣物洗涤剂酶（红色）正在攻击织物纤维（灰色）上的土壤（黄色）。

过去，衣物需要在90摄氏度下进行漂洗。现在有了宝莹(Persil)，在20摄氏度就可达到同样的清洁效果，甚至去污能力比过去更强。

### 原料和包装

不断增长的世界人口及全球市场原料价格的急剧上升已经让我们意识到今后原料的供应问题。从一开始，对资源处置尽责就是汉高的一个应用标准。此项标准包括汉高废料管理系统方法。我们对于废料的口号为“避免、减少、回收”。

我们一贯在产品中使用从可再生原料中获取的配料。例如：上世纪二十年代初期，用于

包装宝莹(Persil)的粘合剂遭遇短缺时，汉高的研究人员很快就研发出了一种新型淀粉粘合剂。这种粘合剂于1922年开始在公司内部使用，次年展开外部营销。也正是由于85年前的这场紧急情况，如今的汉高成为了全球最大的粘合剂厂商。

由于每漂洗周期中的衣物洗涤剂剂量稳步减少，因此我们大大节约了原料用量。上世纪七十年代，一个漂洗周期需要280克传统洗衣粉，而现在有了宝莹大颗粒洗衣粉(Persil Megaperls)，仅需67.5克，为原先用量的四分之一。这一进步归功于汉高研究人员的努力。是他们研发出了革命性的原材料，不断为汉高产品研发出高效配方。

上世纪七十年代，在工业化国家的洗衣房中可看见一个大盒洗衣粉，而今一盒小型便携的宝莹大颗粒洗衣粉(Persil Megaperls)就可洗20桶衣物。20克的塑料薄膜已取代了重达几百克的硬纸板。



1986年推出不含磷酸盐的宝莹(Persil)广告。



从1958年起，我们对包装进行了系统性的研发。1992年推出生态轻便包装的广告。



### 员工、邻居与客户

员工安全、客户与消费者安全以及汉高厂址周边的社区安全是汉高质量承诺的一个组成部分。1927年，汉高是德国首家雇用安全工程师的化工厂商，用以系统推动事故防范、职业卫生和安全。从那时起，我们一直致力于提高工作安全度。现在，工业事故比率已下降至1.7每一百万工时。

客户与消费者可依赖具有卓越性能的汉高产品。它们均经全面的安全测试，环保安全，由我们的合格员工在良好工作环境下运用节水节能工艺生产。

作为一家具有高度责任感的公司，汉高同全球汉高员工一起关注可持续性发展要求。我们遵循这些要求，履行我们的职责。


不论是现在还是将来，可持续性发展均为汉高所代表的立场。

### 质量与责任——立足现在，面向未来

我们的过去为未来指明了道路。对汉高而言，质量和责任紧密相连。

我们的粘合剂可造出更为轻便的现代汽车，减少燃料消耗，降低二氧化碳排量。我们的现代衣物洗涤剂及清洁产品在低温下保持卓越性能，减少了家庭能源消耗。这些仅仅是汉高众多智能解决方案中的几例。但是，这种革新的影响最终取决于个人的社会责任心。每个人都应有意识地购买不破坏生态平衡的替代品。

德国汉高  
品质责任



130多年以来，汉高品牌一直将高质量和人与环境的需求相结合。我们的产品在提供最佳功效的同时，更考虑产品与生态的兼容性。生产过程中，我们尽可能地使用更少的水和能源，并保证产品在良好的环境中生产。这就是我们一贯坚持的——全球经营，着眼今天，更关注明天。



# 我们的目标

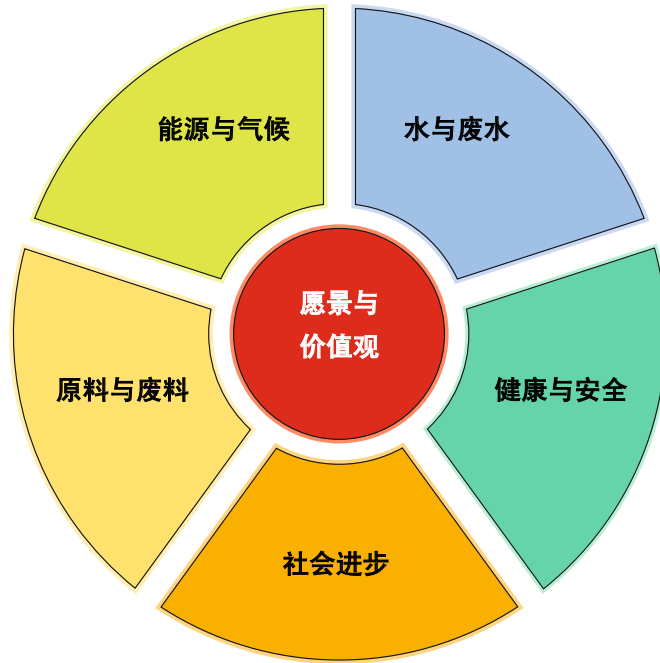
## 着眼可持续性发展

在整条价值链上，可持续性发展决定着我们的运营，因此，我们对活动进行了系统化的调整，着眼于应对可持续性发展所带来的挑战。我们根据五个聚焦领域对这些挑战进行了如下分组：

- 能源与气候
- 水与废水
- 原料与废料
- 健康与安全
- 社会进步

“愿景和价值观”是我们行动的核心思想，这种共同的承诺和其在市场上实施的可信度增强了公司的品牌和声誉。

## 聚焦领域

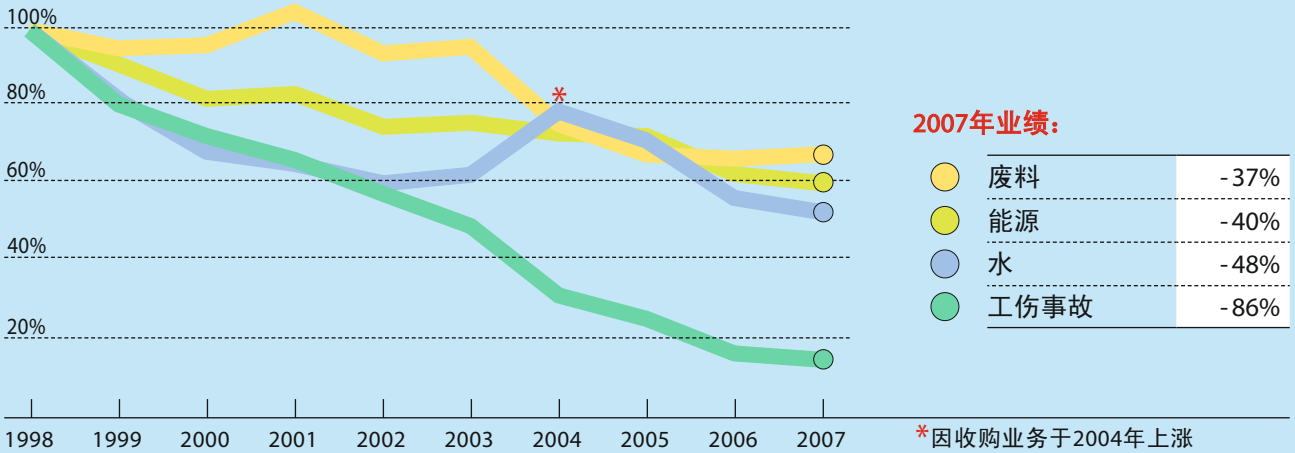


通过我们的业务运营和产品，我们为可持续性发展作出了巨大的贡献。主要包括：

- ▶ 高效利用能源资源以保护气候；
- ▶ 保护现有水资源；
- ▶ 为员工、邻居、客户和消费者营建一个安全健康的环境；
- ▶ 高效利用现有原料，避免产生废料；
- ▶ 推进员工、客户及运营所在国的社会进步。

### 1998年至2007年的可持续性发展表现

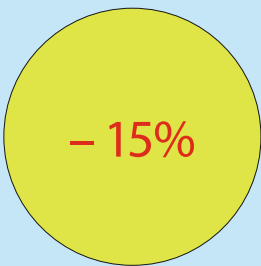
每公吨产量的环境指标，每100工时工伤事故



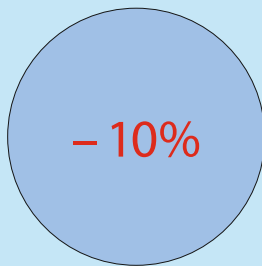
早在上世纪80年代，在《环保与安全的准则与目标》一书中，我们就承诺过要推动生产安全、保护资源、减少排量。从那时起，我们就不断地在企业层面更新这些目标，并取得较大进步。仅在过去十年中，工伤事故就减少了86%、水消耗减少了48%、能源消耗减少了40%、废料

生成减少了37%。由于节省了能源消耗，相关二氧化碳排量也相应地减少了33%。

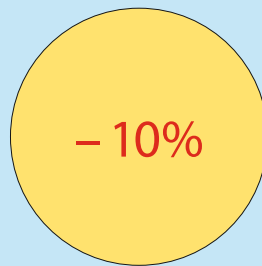
基于这些进步，我们制定了公司今后五年的大发展目标：



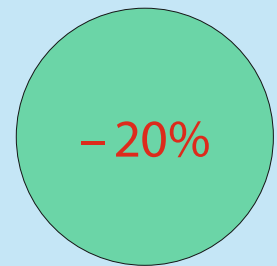
到2012年每公吨产量能源消耗以及相应二氧化碳排放减少15%。  
(基准年：2007)



到2012年每公吨产量水消耗减少10%。  
(基准年：2007)



到2012年每公吨产量生成废料减少10%。  
(基准年：2007)



长期目标：  
无一起工伤事故  
中期目标：到2012年，工伤事故减少20%。  
(基准年：2007)

### 我们所作承诺的核心内容还包括：

所有的新产品须至少在一个聚焦领域内为促进可持续发展做出贡献。

所有员工须接受培训和继续教育，确保他们有能力完成各项任务。

所有的战略供应商须满足汉高在企业道德方面的期望。

更多关于我们产品、工厂目标以及所取得的业绩信息，敬请查询：

[www.henkel.com/sr2007](http://www.henkel.com/sr2007) → Objectives

# 价值观与管理

## 可持续性发展战略要点

可持续性发展战略要点的核心包括：全球统一性标准、整合的管理制度以及具备明确责任的组织结构。公司管控方法与区域行动计划的相互影响须与社会挑战和优先重大事宜保持一致，这点尤为关键。在开展业务的同时，我们通过整条价值链为可持续性发展作出贡献。

我们坚信，可持续性的业务实践有利于增强汉高的长期价值：

- ▶ 通过我们的品牌和技术，结合我们对人和环境负责的高品质，我们在市场上给自己的定位是正面且积极的。
- ▶ 外界对汉高产品、品牌及技术的信赖使我们享有充分的企业经营自由度，这将促使我们取得商业上的进一步成功。
- ▶ 高效安全的生产流程不仅为环保和生产安全作出了贡献，同时也减少了能源消耗和成本。
- ▶ 可持续性的商业实践会增强员工的能动性，增加员工对公司的认同感。

## 全球守则与标准

从我们的愿景和十条企业价值观可看出，我们已经在全球范围形成了具有约束力的行为规定，这些规定在一系列守则中均有详述。在全部业务领域以及所处的文化中，这些守则为所有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。团队及领导守则为所有级别的管理人员和管理人员提供了行动指南。

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。公司标准为该守则的具体形式。除安全标准、健康标准和环境标准以外，公司标准还包括社会标准和采购标准。不仅如此，我们加入了经合组织(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。

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。

[www.henkel.com/sr2007](http://www.henkel.com/sr2007) → Global Compact

## 明确沟通要求

汉高在不同的市场和地区开展业务，这些市场和地区的法律制度、社会标准和习俗均各不相同。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培训和沟通工作。员工报上的文章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通讯是有利于知识转移，且有利于指出需付诸行动的一些事项。届时会有专为个别目标群体设计的课程对这些活动辅以指导。

## 愿景和价值观

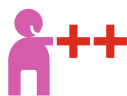
汉高是业界领袖，其品牌和技术使人们的生活更加轻松、舒适和美好。



我们以客户需求为行动指南



我们开发更为优异的品牌和技术



我们立志品质卓越



我们力求创新



我们拥护变革



我们成功的秘诀在于我们的员工



我们承诺维护投资者的利益



我们致力于可持续性发展和企业社会责任



我们公开和积极地沟通



我们维护我们的传统，一家开放的家族式公司

[www.henkel.com/sr2007](http://www.henkel.com/sr2007) → Vision and Values

例如：在美国，所有新员工必须参加行为守则的互动式在线培训。在亚洲、拉美、北美以及德国总部，公司内审部门在2007年组织了为期数日的研讨会，帮助公司高管熟悉公司标准。

## 愿景、价值观、守则和标准

### 一贯实施的要求

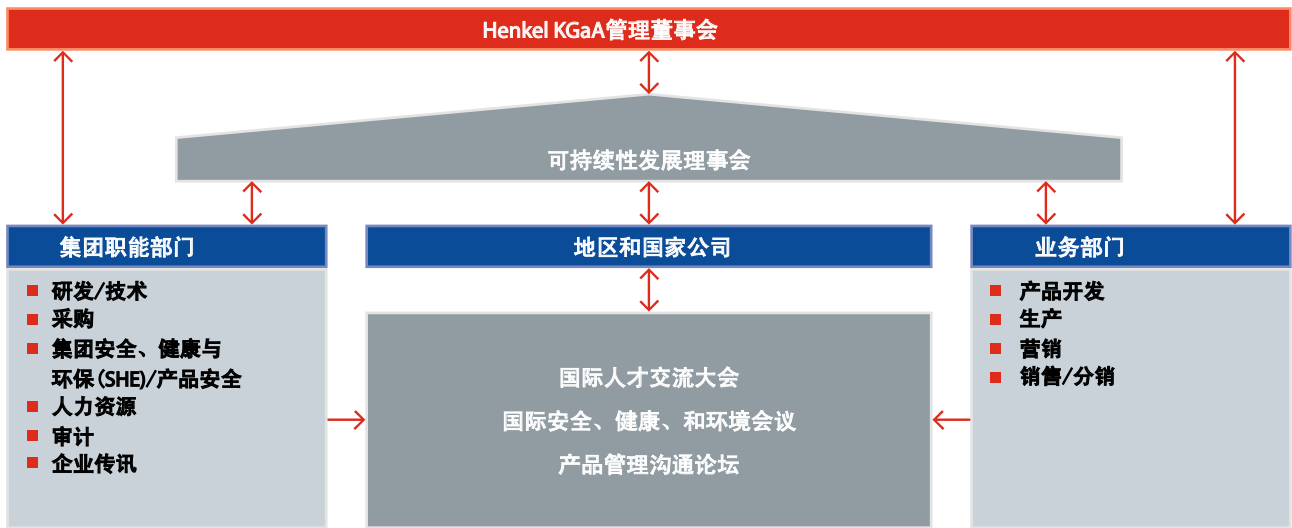
鉴于不断增加的要求和日益上升的复杂性，汉高合并了先前权利分散的合规部，且任命了一位首席合规官。首席合规官统筹公司层面的合规工作，并根据公司内外要求监督和汇报合规情况，以帮助公司不断改进实施标准。内审部需协助首席合规官，并直接向他汇报工作。

我们会定期进行审计，以确保我们的标准在生产及行政场所得以实施。审计是一项识别风险及潜在改进的重要工具，在知识转移的过程中扮演着至关重要的角色。为获取我们运营地区的综合概要，我们正在稳步扩张审计规划，以覆盖分包商和物流中心。在2007年的安全、健康及环境审计后，我们在审计员的监督下共同启动了34项具有约束力的整改措施。



[www.henkel.com/sr2007](http://www.henkel.com/sr2007) → Codes

可持续性发展组织



汉高管理董事会全面负责可持续性发展政策，并确保公司的业务政策符合可持续性发展的机遇和要求。可持续性发展理事会成员来自公司的各个地区，它与各业务领域、地区和跨国公司以及集团职能部门合作指导全球活动。

[www.henkel.com/sr2007](http://www.henkel.com/sr2007) → Organization

在2007年企业内审部门的审计过程中，员工认可了近800项行动，涉及会计、采购、销售/分销、信息技术、生产和供应链管理，以确保我们的流程更为安全。

除审计外，还有特定调研结果，例如：关于“生产中危险系数大的流程”调研，突出了需实施改进措施和计划的领域。

2007年，公司还设立了对外合规热线。通过该热线，员工可通过匿名方式汇报违反守则及标准的行为。尤其是当事故不能由所涉及的员工或管理人员直接处理时，可使用该热线。该热线由一家名为People Intouch e.V.的荷兰公司独立运营。

根据违规的性质和严重程度，违反守则和标准就个人而言可能会面临严厉惩治。2007年，严重违规已引发多起开除事件。

汉高的企业治理

考虑到其法律形式和组织章程的特殊性，Henkel KGaA遵守德国企业管治条例的主要规定，除一个例外：我们不会将汉高家族成员的个人股权列入监督委员会或股东委员会。此外，我们还会公布更多的信息，比如：在年度报告中和因特网上公布合规申明和管理董事会的薪酬报告。

[www.henkel.com/sr2007](http://www.henkel.com/sr2007) → Corporate Governance



作为研发新型非动物管内实验方法的研发基地，汉高研究公司Phenion运用其人皮模型，在恒温箱里对其培育。  
[www.henkel.com/sr2007](http://www.henkel.com/sr2007)→Phenion

## 创新是可持续性发展的基石

从一开始，我们就要求将企业的社会责任感融入到研究和产品研发活动中。我们将重点放在了产品的创意概念上，将卓越的性能与改进的环境兼容性相结合，同时向客户与消费者提供有形增值。我们的目标是通过品牌与技术，使人们的生活更加轻松、舒适和美好。这种战略的成功要求我们有很高的创新水平。2007年，汉高在研发方面支出了三亿五千万欧元。

## 聚焦产品生命周期

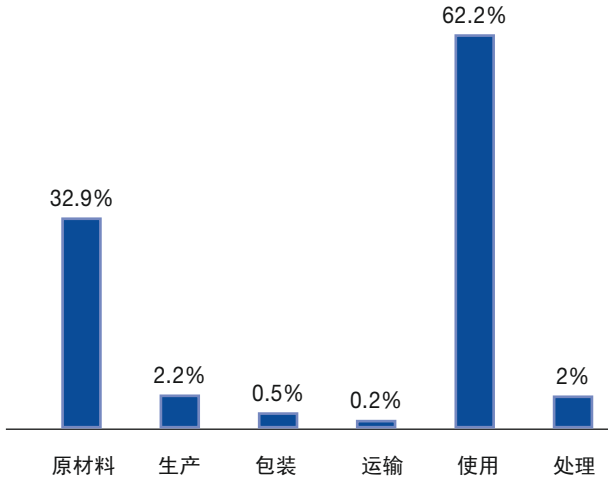
回顾对不同类别的产品生命周期的分析，我们发现，对于每个类别而言合适的改进方法均不相同。比如，衣物洗涤剂的寿命周期与家庭清洁剂的寿命周期在能源消耗以及相关二氧化

在全球范围内，汉高拥有2800多名从事研究和产品研发工作的员工。

为尽可能承担更全面的责任，我们的专家对产品的整个寿命周期进行分析，以便在产品生命周期的每一阶段提高其安全性和环境兼容性。尤其应实施那些与环境行为相关，且能显著提高生产率的改进措施。

碳排放方面均有显著差别。家用洗涤剂在洗衣机运行中能源消耗最大。因此，我们将重点放在了节能产品的开发上，比如低温漂洗产品的开发。与此同时，我们期望通过目标沟通影响客户与消费者行为。

**对自动洗涤剂寿命周期的分析，通过宝莹大颗粒洗衣粉 (Persil Megaperls) 说明能源消耗 (百分比)**



另一方面，在整个寿命周期中，家用清洁剂的能源消耗和相关二氧化碳排量相对较低。因此能源消耗不能笼统归咎于家用清洁剂的使用。

典型家用清洁剂的二氧化碳排量比全能型衣物清洁剂低90%。

在这些案例中，我们采用了不同的改进方法包括大量使用可再生原料，增强生物降解力、减少并改进包装材料(查阅24页上的产品示例)。

增强生物降解力、减少并改进包装材料(查阅24页上的产品示例)。

例如：为鼓励消费者保护资源，我们参与了国际肥皂、清洁剂和保养产品协会 (A.I.S.E.) 的“节能节水”倡议。推出这项倡议旨在鼓励欧洲消费者在使用洗碗机时节约能源和水资源。

[www.henkel.com/sr2007](http://www.henkel.com/sr2007) → A.I.S.E.

**流程改进透明化**

为以一种透明易懂的方式向工业客户展示我们的流程改进，我们开发了一种新型工具：价值计算器。在能源、水以及原材料消耗过程中，该计算器可帮助我们识别潜在的节省，进而改进客户流程。

价值计算器也可用于对比新旧流程每一步骤。这样，最终优势与成本节约便一目了然。对比结果基于价值计算器项目中流程步骤的详细说明。如此一来，销售工程师便可更为简便地利用产品开发人员的实际知识。即使客户须向汉高创新型产品支付更多金额，汉高整体解决方案仍会将总成本降至较低水平，因为汉高减少了资源消耗，降低了废水处理成本，并延长了最终产品的服务期限。







比如：Bonderite NT。我们为金属工业研发出了此纳米陶瓷涂层，作为磷酸铁的替代品。过去几十年，人们一直用磷酸铁保护金属，比如：用磷酸铁保护冰箱、办公室家具、超市货架、农具，防止生锈。

Bonderite NT具有极佳的抗蚀性能，且与磷酸铁相比较，Bonderite NT质量更佳、更为环保经济。在处理的过程中，新工艺可以减少30%的能源消耗，且不会将重金属排入废水，减少了废水处理成本。所以，Bonderite NT在提升可持续性绩效的同时，大大减少了总体成本。

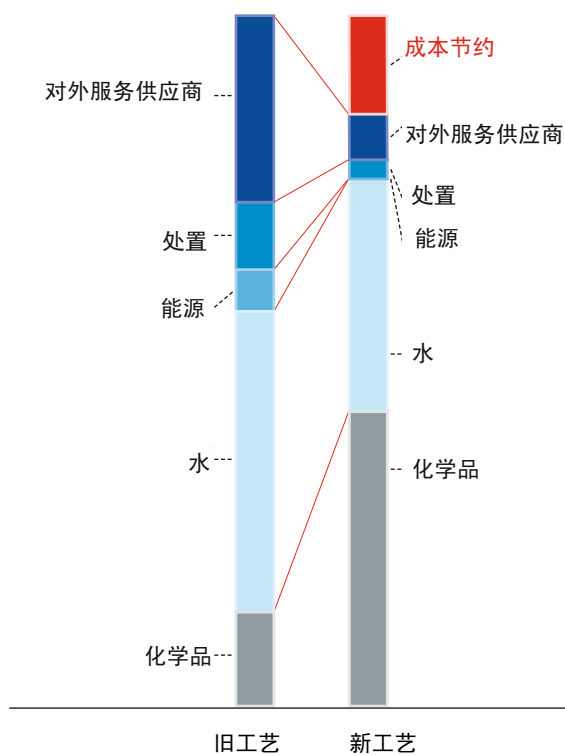
[www.henkel.com/sr2007](http://www.henkel.com/sr2007) → Bonderite

### 产品安全

近年来，产品安全和成分已成为一个热门议题。消费者与客户皆知晓，汉高品牌和科技均经广泛测试，以确保产品在使用时对环境对人体无害。

### 价值计算器-示例：Bonderite NT

百分比



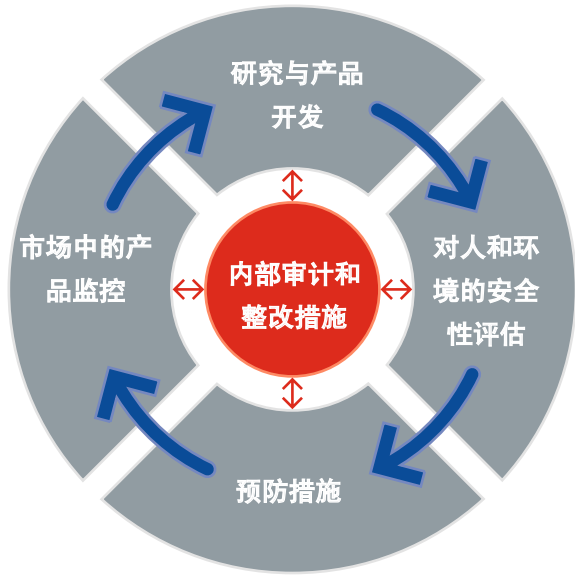
该图揭示了使用了Bonderite NT新工艺将如何减少总成本。尽管化学品成本较高，但总成本却减少了14.8%。

对我们而言，产品安全与其易用性和卓越性一样，对产品质量至关重要。

因此，我们在初期就会对新产品进行系统性评估，以便我们在研发过程中识别潜在风险。我们还会测定个别成分的属性、其在产品中的浓度，以及产品的使用条件。

一些产品投入使用时，规定禁止使用有害物质，如已证实的致癌物质、诱导人体基因或有机体突变的物质等，均不可用于消费品。

**实施产品安全**



定期对公司产品安全要求和程序进行审计，以核查遵守情况。业务部门负责产品安全的实施。

而且，我们的产品开发人员和产品安全专家会不断地对市场上的产品进行监督，以确定可改进评估流程的新方向，进一步增强产品安全性。

[www.henkel.com/sr2007](http://www.henkel.com/sr2007) → Product Safety

**欧盟化学品法规实施**

欧洲化学品政策经过数年讨论后，终于在2007年6月1日生效实施了欧盟REACH法规。REACH法规主要适用于管理化学用品注册、评估、授权以及限制事项。该法规规定，所有在欧销售的化学品在11年内均需相继注册。

不论是欧洲生产的化学品或是欧洲进口的化学品均须经过安全检测。处理化学用品时，需采用风险管理，并与工业用户进行沟通。危险系数高的化学品还需通过一道额外的授权程序。

就REACH法规的主旨而言，汉高为一家下游用户，其作为化学用品的生产商和进口商，同样有注册的义务，并承担相关费用。预注册阶段开始于2008年6月。为减少额外费用，我们于2008年6月调整了现行流程，使之与今后要求相一致。如此，我们就可将REACH法规中对成分的评估要求与我们现行的评估程序相结合。

[www.henkel.com/sr2007](http://www.henkel.com/sr2007) → REACH

**动物试验替代方案的进展**

自上世纪80年代以来，我们一直致力于动物试验替代方案的研发。2006年，汉高整合了Phenion研究公司的此项活动。汉高正在研究一种新的替代方案。如Phenion®全厚皮模型，其无需进行动物试验。

作为采用非动物管内实验方法的研究结果（在试管中进行），新型细胞和组织培养系统方法已成为实验室的一种常用手段。此类方法还可用于研究物质对人体皮肤的影响。

[www.henkel.com/sr2007](http://www.henkel.com/sr2007) → Alternative Methods

# 供应商及其他业务合作伙伴

## 我们对供应商的期望

随着国际采购市场的发展，依赖忠实的高端供应商的网络支持具有重要的战略性意义。我们期望我们的供应商及其业务合作伙伴均能遵循汉高企业的道德标准。选择供应商时，我们会考虑他们在可持续性和企业社会责任方面的表现。



## 早期承担的责任

早在1997年，当我们规划企业安全、健康和环境标准时，我们就在整条价值链中对我们的责任作了肯定。根据这些标准，我们的采购部门确立了评估供应商的流程，对供应商在安全、健康和环境方面的管理予以评估。作为评估的一部分，我们会定期对供应的产品/服务、地区以及业务关系的类型进行审计。

如未达到要求，我们会和供应商就改进措施签订协议，如有必要，会继续审计。若该供应商的表现仍差强人意，最终我们会终止同它的业务关系，寻找替代的供应源。汉高对供应商及业务合作伙伴的采购量约占20%。

这些供应商及其他业务合作伙伴的生产场地均接受汉高审计。

## 结构高效

我们从113个国家的供应商和其他业务合作伙伴购买原料、产品以及服务。采购总量的85%来自经合组织(OECD)的成员国。我们已在新建的全球可持续性采购部门的供应链中巩固落实了可持续性标准的责任。

## 供应商评估状态

2007年，我们的目标是对全球原料、消费品、备用材料、包装材料、成品以及购得服务的80%全球采购量（2006年总值为56亿欧元）的可持续性绩效进行评估。

因此，我们开始就安全、健康、环境、质量、人权、员工标准和反腐败等方面对相关供应商和其他业务合作伙伴进行调研。同时，我们的调研问卷明确表达了我们对可持续性业务实践与社会责任的具体要求。

由于调研比预期困难，特别是对当地采购和小额采购进行调研。截止到目前，我们只接触到一部分供应商。因此，今年的当务之急是要进一步改进调研结构与计划，研究出一种替代方法，以评估供应商的可持续性绩效。

# 为社会增值

## 经济贡献

增值报表明确显示，我们有大批销售收入重新流入了全球经济：多数增值（60%）流向员工。企业支付给中央与地方政府的税收占9.1%，支付给拆借方利息占6.9%，另外5.8%的增值以红利的形式流向股东。余下未划拨的增值则用于投资，为企业今后的发展融资。

## 对区域发展所作的贡献

新兴国家及发展中国家特别期望像汉高这样的跨国公司，因其除支付薪水和缴纳税收外，还可为经济发展贡献力量。在此种背景下，对我们而言，以下三个类别具有特殊重要性。

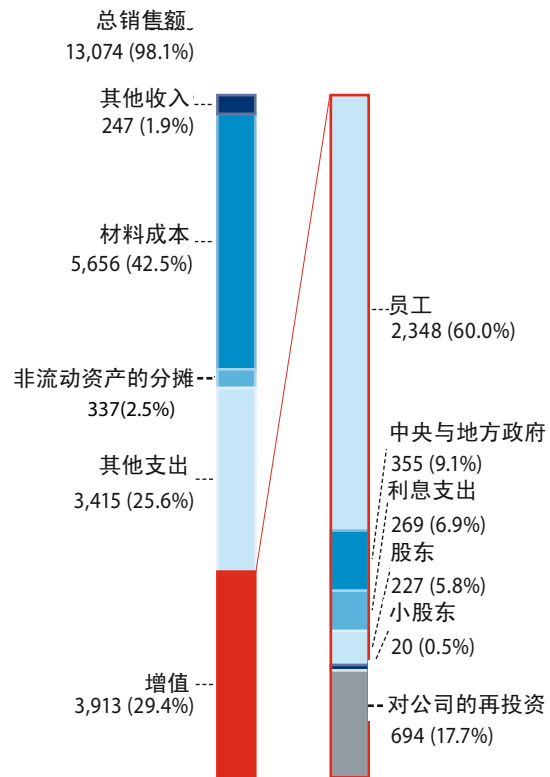
### ▶ 当地业务合作伙伴

通过我们在全球设立厂地与行政场所，刺激了当地经济的发展。

我们的53107位员工中，超过30%的员工受雇于东欧、非洲、中东、亚太以及拉美此类增长型市场。我们在许多地区均为当地主要雇主或主要业务合作伙伴。2007年我们加强了地区参与度，在中国和埃及设立了地区管控中心。在中国上海新建的办公楼为中国及亚太地区业务总部。该办公楼可容纳700名员工，包括办公室、实验室以及可容纳400名学员的培训设施。

## 2007年增值报表

欧元（百万）/百分比



新设在埃及开罗的洗涤剂及家用护理业务部门地区中心通过调整我们的业务活动，以适应北非市场和消费者需求。

### ▶ 知识与技术的转移

通过知识与技术的转移，我们鼓励全球员工和全球客户肩负起责任并将其付诸于行动。中心要素包括：现代管理方法、员工培训、引进安全的产品和生产流程以及客户培训项目。

比如，2007年，生产的重点是对我们的生产设施在安全、健康、环境方面进行评估，找出潜在风险。通过特别培训，我们教会了员工如何识别风险，评估风险，以及如何启动整改措施。

截至2007年底，在亚洲、欧洲、北美以及南美共举办了7个培训课程。

知识转移的另一重要因素是客户培训。比如在中欧及东欧，汉高Ceresit已经设立了140个工匠培训中心。通过和教育部门以及州立职校合作，我们正在逐步研究新的职业高级培训质量标准。

► **应对增长型市场的策略**

今后，新兴国家还有发展中国家将会是经济增长的主要驱动力。对社会而言，确保经济增长收益分配合理是一项严峻的任务。为确保公平处理全球不同的需求，我们根据个别市场状况，采用不同的品牌策略：

► **产品全球统一性**

只要世界范围内的客户和消费者具有相同的需求和期望，我们就会提供全球统一的产品。例如：全世界对速粘粘合剂或者工业粘合剂的需求是完全相同的。

► **产品本土化**

为了能与更多的人分享我们的产品与质量，我们会根据当地情况调整包装单位与销售渠道。比如，我们的衣物洗涤剂Mr. White以及我们的洗洁液Pril在印度就有一次性包装。

在南美市场的洗发液与除臭膏也是产品本土化的应用。我们提供了10至20毫升的小包装。



2007年，Schwarzkopf职校(ASK)在52个国家对超过22万名的理发师进行了培训，传授给他们剪发技术、造型建议以及管理科目。通过这一全球领先的理发知识转移机制，我们为众多国家，特别是亚洲与南美首个理发师约束性培训标准的建立作出了贡献。

[www.henkel.com/sr2007](http://www.henkel.com/sr2007) → ASK

针对低收入家庭需求的产品不仅具有极大的经济潜力，而且还改善了这部分群体的卫生与健康状况，对社会亦做出了积极的贡献。

不同地区的情况可能需要对我们产品配方做出一定调整。我们在东欧的工匠产品与DIY产品就是其中一例。由于当地使用的建筑材料不同于欧洲，我们于是对产品进行了本土化处理，比如本地化的瓦片粘合剂CM9和自平混合剂Thomsit DA。

在产品开发过程中，文化差异也被纳入考虑范围。在印度及北非的众多国家有穿白袍的习俗。我们为北非市场设计的洗涤剂Nadhif，以及我们为印度市场设计的Mr. White都含有超净白成份，可让衣物内外焕然一新。

# 可持续性产品



## 聚焦可持续性

我们对能源与气候、水与废水、材料与废料、健康与安全以及对社会进步的承诺与关注均促使我们将这一承诺转换为与消费者密切相关的创新，从而增强我们的品牌意识，提升公司知名度。这是汉高品牌、技术乃至我们步入成功的重要立足点。

如今，我们面临着来自全球的挑战，而不同业务地区的不同需求以及我们实施的不同地区侧重点则为主导我们品牌与技术的主要因素。

汉高衣物洗涤剂的一大目标是不断改进洁净效能、减少洗涤剂用量、降低温度。在此领域，对可持续性发展所做的其它贡献还包括：节水产品、浓缩产品、再装品以及可再生原料的使用。

不论从技术层面、生态层面还是健康保护层，汉高均为全球粘合剂与密封胶的领导者。我们的创新系统解决方案在环保方面给工业客户带来了实惠，同时节约了大量的能源，降低了用水和废料成本。我们的表层处理技术可有效抗蚀，延长产品的使用年限。

产品安全实用是汉高化妆品取得长期成功的先决条件。产品的功效与健康、环境同等重要。通过使用可再生天然原料，我们为资源保护做出了贡献，并表达了客户日益增长的需求。

## 能源与气候

在产品使用过程中，往往有极大的能源需求。因此，我们非常重视开发节能产品和节能技术。在产品使用的同时，对气候保护也做出了贡献。我们在粘合剂、密封剂还有表层处理上的实际经验促进了全球新型清洁能源的发展，比如：燃料电池和太阳能电池。



### 优于以往——达到20摄氏度的低温

在开发衣物洗涤剂和家用清洁剂的过程中，我们的研发人员一直感到头疼的就是如何在耗能低的条件下取得更好的洁净效能。成功的关键就在于熟练地将不同成分调配在一起，所有成份的用量必须适当，微小的变动均会影响整体效能。

2007年，我们的产品开发人员通过改良配方，再一次显著地提升了固体和液体洗涤用品的效能。新的配方可以仅在二十摄氏度的条件下有效地去除20种污渍，包括唇印、油渍与咖啡。此新配方最大的挑战来自于如何在低温条件下确保洗涤用品的清洁效能。

2007年年中起，我们将新的配方运用于众多欧洲的优质洗涤用品，包括宝莹 (Persil)，Le Chat，Dixan和威白 (Wipp)。这些均是汉高在整个产品寿命周期中一直致力于改善产品环境效能的有力说明（参见第14页）。

### 太阳能模块的高科技焊接

在极度扩张的“清洁”能源市场，太阳能显得越来越重要。自2002年起，通过一系列的合作项目，我们已成为全球太阳能产业的合作伙伴。

作为欧洲最大的太阳能模块制造商的长期合作伙伴之一，我们开发出了一种新型技术。这种技术与传统太阳能模块相比可多转换30%至40%的能源。

世界上最大的太阳追踪太阳能电站：位于德国Würzburg附近Arnstein周围的前Erlasee葡萄种植园，拥有1408个太阳能模块。这些模块均由汉高Terostat MS焊接而成。



双轴动态系统可以让太阳能设备追踪太阳轨迹。这一技术的难点在于要稳固地对太阳能模块中的镀锌钢材进行焊接。通过所做的测试，我们已证实Terostat MS是一种极佳的高科技粘合剂。这种粘合剂可以有效抵抗天气变化，甚至可暴露于恶劣的天气条件下，比如紫外线的强烈辐射或是每小时达140公里的风速。Terostat MS还有更多用途，比如，可用于焊接规划中的太阳能电站反射镜。

### 美国：减少汽车尾气排放

我们的密封剂可帮助汽车工业制造出更高效、更节能的引擎，以减少尾气排放。引擎的润滑油有助于降低燃料消耗，减少损耗。然而，有些润滑油含有攻击型成份，会腐蚀引擎中敏感的密封材料。

为满足汽车工业需求，我们开发出了Loctite 5810A，一种丙烯酸酯弹性密封剂。它对有害易挥发性有机烃的密封性是传统密封剂的九倍，同时不受攻击型成份的影响。

通过使用Loctite 5810A，已有一个汽车部门的客户达到了美国低排量车辆标准（“不完全零排放车辆”）的要求。此类车辆与普通新轿车相比，其排放量下降了90%。

### 水与废水

在产品使用过程中，我们将降低用水消耗看作是一项重要目标。这一目标不仅仅针对家用产品，同时针对工业客户的生产工艺和流程。我们的洗涤剂、家庭清洁用品以及化妆品在使用后均会以废水形式流出。设计产品时，我们就会将它们对表层水质的影响降至最低。

### 更少漂洗次数

世界各地的消费者的需求和清洗习惯均不尽相同，对衣物洗涤剂的需求也不尽相同。比如，在北非，清洗衣物仍然是一件苦差事。衣物通常经由手工搓洗。很多家庭还没有自来水。

由于水资源稀缺，所以有必要谨慎使用有限的水资源。鉴此，汉高开发出了一种纤维柔软剂，这种纤维柔软剂含有特殊的成份，通过手工就可轻松将泡沫漂洗洁净。2007年，原本仅应用于拉美市场上的此项技术以柔彩(Vernel)的品牌形式被引进了埃及和突尼斯市场。







随着漂洗次数的减少，每洗一桶衣服可节约10升水。且方便了手工清洗。

### 柔和且实惠

我们为干性敏感性皮肤开发了一项创新型产品即Diadermine软性霜。这种护肤霜配方独特，含有杏仁精华素和维生素B5。由于选材地道，其洁肤效果不同凡响，为肌肤提供了全面呵护。该配方的PH值与皮肤相同，不含酸性或碱性成份，完全适应于皮肤。

Diadermine软性霜的另一优势是其新颖的使用方法。轻轻按一下盖头上的塑料打气阀，就能挤出淡雅的泡沫。使用时，由于无需通过水来生成泡沫，因此减少了水的消耗。2007年，Diadermine软性霜先后在比利时、法国、德国、卢森堡、荷兰、葡萄牙、瑞士和西班牙上市。



### 材料与废料

更为高效的配方及产品成份减少了工业客户、工匠以及消费者所需的产品数量。我们会不断改进包装方式，限制材料用量，减少包装所产生的废料。众多汉高产品均能够延长其他商品的服务期限，因此维持了这些商品的长期价值。在过去的几十年里，考虑到生态、经济和社会三者的平衡发展，我们一直使用可再生原料作为成份。

### 稳健的替代品

我们研发的核心目标是替换由矿物油提炼而成的成份。如此一来，就长远而言，我们就可降低对此种昂贵原料的依赖性。因此，长久以来，我们一直在可再生性资源中寻找原料的替代品，比如那些基于淀粉或纤维素的原料。

可再生性原料，从家用清洁剂到沐浴露以及墙纸胶，均为我们众多产品配方中的重要成份。在衣物洗涤剂以及家用清洁剂中的漂洗活性物质（表面活性剂）中约35%源自可再生性原料，比如，椰子油、棕榈油在全球衣物洗涤剂和家用清洁剂中的用量均极高。洗发水和瓶罐标签粘合剂中的可再生性原料同样很高，约占45%。然而Pritt Stick仍然是该领域的领先产品。



自2000年起，百特 (Pritt)配方中有90%的成分运用了可再生性原料。为履行我们在采购可再生性原料（例如：表面活性剂）所负的责任，我们参加了棕榈油可持续性圆桌会议 (RSPO)。这一组织在整条价值链中促进了棕榈油的可持续性生产。

[www.henkel.com/sr2007](http://www.henkel.com/sr2007) → RSPO

### 可再生性原料超过50%

2007年，我们改进了西欧洗洁精的基本配方，在原有配方中增加了可再生性原料的比重，相对于产品净重，可再生性原料增加了10%至50%不等。经改进的产品包括 Pril, Mistol, Mir, Nelson, Dixan Piatti, Per和 Tolu品牌。如今，这些产品更易被生物分解，对皮肤更加柔和。我们还会进一步提升整体配方效能。以求只需用较少原料就可达到相同的强劲效果。



德国的Pril Balance和法国的Mir Nature Active为两款新一代洗洁精。2008年，在中欧、东欧以及北非，Pur, Mer以及Pemolux品牌均将使用新的基础配方。

### 100%全天然洗衣剂

在美国，我们一直在集中研究如何改进衣物洗涤剂生态效能。2007年，我们将所有的液体洗涤剂改良成了浓缩剂。改良后的Purex Ultra浓缩剂现在仅需原有剂量的一半就能达到同等的清洗效果。因此，消费者现在买到的瓶装Purex大小仅是以前的一半。在生产过程中，这不仅节约了水和包装材料，也大大减少了运输重量和体积。在运送的过程中，也节省了数百万升燃料。



新型Purex天然元素液体洗涤剂诞生后，我们在美国的产品开发人员又在此基础上取得进一步成功。自2007年8月起，双倍浓缩后的Purex天然元素配方可获得与其它Purex产品同样的清洗效果，且仅使用了从可再生性原料中提取的表面活性剂（漂洗活性物质）。该配方采用天然芳香提炼物，不含人工色素，所有成份均易被生物分解。

### 纯净天然

现在，越来越多的消费者开始关注天然成份。为满足这一需求，2007年，我们在美国重新推出了纯净天然的个人护理产品。新的肥皂和沐浴露配方中有98%采用了天然成份，且肥皂售出时所用的硬纸板包装如今采用了100%可回收纸张。不仅如此，我们还慎重地选择了适合敏感肌肤的植物芳草提炼物，此种提炼物的使用成份易被生物所降解。



比如：阿甘树仅生长在摩洛哥。阿甘树油从果实中提炼而成，然后在全球范围内销售。对当地人来说，阿甘树森林是一项重要的收入来源，在地区生态平衡中扮演着重要的角色，并保护当地不受撒哈拉沙漠的侵犯。为保护阿甘树森林，发展当地经济，2001年我们启动了阿甘计划，目的是通过这一计划保护当地的生态系统，确保当地人口的公平收益。通过在Gliss营养油中使用阿甘树油，我们通过供应商对阿甘计划提供支持。Gliss营养油在欧洲、中欧、东欧的众多国家均有销售。

[www.henkel.com/sr2007](http://www.henkel.com/sr2007) → Argan Program

### 益于头发与环境

Gliss头发营养油护理产品线于2007年推出，采用了酪酯树油和阿甘树油，能有效保护长发，防止折断和分叉，让秀发变得更亮丽顺滑。此两种原料均来自非洲，一般用于皮肤、头发和指甲护理。为了能与不同货源国保持长期的原料供应和公平交易关系，我们同供应商和当地利益相关人士进行了合作。

### “天然”且“可再生性”成份

如今，人们对含天然且可再生性成份的产品需求越来越大。然而，这些字眼在市场上的不同用法，很容易使客户和消费者产生困惑。我们需要做的就是将产品成份透明化。

我们特别重视产品中使用的个别天然活性成份和芳香成份，以强调它们各自的功效，比如牛油树脂和酸奶酪的护理属性或芦荟的解压功效。

配方中可再生性原料的比重为减少对矿物油原料的依赖做出贡献。比如，假设我们在配方中使用了矿物油原料的替代品，这样就可增加可持续性原料的整体比重，同时节约了矿物油。对于同时含有可再生性原料和矿物油的成份，我们只需计算可再生性原料的比重。如可以的话，我们会计算出可再生性原料与产品净重之比。然而，在一些市场上和产品类别当中，计算时也需将配方中水的含量包括在内。为对比公平起见，在这种情况下，我们还需计算水的含量，比如计算美国的“纯净”与“天然”产品线的水的含量（参考第25页）。



Schauma Bio产品通过完美结合的活性护理成份，以及从已认可的有机作物中提炼出的植物精华，发挥其功效。这意味着，鉴于生态和环境保护因素，我们会按照土壤保护的生产方法对配料进行农业化生产，避免农药或助长剂的使用。

### 保护产品，避免浪费

我们的品牌包装在使用后会成为一般废弃物。因此，我们整个公司遵循三大原则——保护、减少和回收。并且我们同供应商以及消费者进行了密切的合作，力求在所有的阶段减少包装容量。比如，我们的工业客户可以通过包装回收体系，二次使用运输集装箱和次级包装。

运输安全和运输能力对运输包装以及次级包装的缩减量设定了限制。我们使用的运输材料必须牢固可靠，以确保产品在运输的过程中不会受到损坏，并确保其容量、重量以方便卡车、货车装卸。

### 认证有机物的成份

精心挑选的植物成份是新一代头发护理洗发露Schauma Bio Mandel Intensivpflege（有机杏仁强化护理）和Schauma Bio Granatapfel Kraft & Pflege（有机石榴强力护理）一大特征。配方不含人工色素，无色无味，不含硅树脂及矿物油类的蓖麻油。

为减少客户和消费者包装废料的容积，汉高所有业务部门的产品开发人员一直努力在不牺牲产品质量和稳定性的前提下使用更少材料。

点滴进步常会带来深远的影响。总体上，从上世纪80年代起，德国汉高使用的包装材料已经缩减了一半。我们一直在积极增加使用可回收材料的比重，且一直在监控生物塑料的发展，定期测试生物塑料作为包装材料的适用性。

[www.henkel.com/sr2007](http://www.henkel.com/sr2007) → Bioplastics

### 更少包装，更低价格

我们在墨西哥推销Mas液体洗涤剂产品线以前，包装单位至少为1升。从2007年起，所有类型的Mas均采用了500毫升的立式袋装。这种新型包装有两大好处：（一）立式袋装本身比起一升装瓶装，份量要轻74%，因而节约了包装材料；（二）产品大小和包装材料的缩减意味着产品的出售价格会更低，更容易为低收入消费者所接受。



Mas的立式袋装比瓶装份量轻74%。

### 健康与安全

健康与安全一直是汉高的重中之重。众多汉高产品为个人护理卫生作出了贡献，还有一些产品则帮助改善了居家卫生。我们研发出了一系列革新的产品和技术，这些产品和技术不论是在使用时还是在使用后，均给客户和消费者带来了健康保健的实惠。多年以来，我们一直在积极地探索溶剂、重金属等物质的高效能替代品。

### 无铅焊剂

电子设备已成为我们日常生活中必不可少的一部分。在手机、计算机、家用电器和汽车中，我们用电子设备来储存信息、操纵流程。一直以来，我们用传统的含铅焊剂将设备的个别组件——芯片和电路板焊接在一起。而从2006年起，欧洲已经立法对电子工业使用铅作了严格的限制。

早在1997年，通过与电子工业合作伙伴的合作，我们开始致力于替代用品的研发，以及为生产试点提供了无铅流程。在此基础上，2002年，我们对首款无铅焊剂材料的销售取得成功。2004年起，我们同机械生产商合作，在全球举办了多个研讨班，不仅向客户展示了理论与实践，而且还在市场上建立了汉高品牌的坚实形象。



第三代无铅焊剂Multicore LF600可用于焊接暴露于高温高湿度下的小型部件。

2007年，我们采用了第三代Multicore LF600，其配方优良，可以满足客户更高的需求。Multicore LF600可以帮助我们进一步扩大无铅焊剂的市场份额。

### 美国：绿色建筑与健康生活

在美国，能源成本的上涨、人们日益增长的能源意识，以及节能建筑解决方案的普及，均带动了绿色建筑的需求。根据绿色建筑者杂志(Green Builder Media)和Imre Communications所做的调研显示，有11%至25%的建筑商重视绿色建筑材料，并愿意为此支付更高的价格。

通过OSI Green系列，我们在美国市场上推出了众多绿色粘合剂和密封剂。在整个产品系列中，我们在简化产品使用的同时，减少了挥发性有机物所占的比重，缩减幅度从25%至35%，最少的缩减幅度小于2%。

因而，我们取得了美国保卫绿色环境研究所的认证资格。该协会为不同种产品设定了室内空气质量的标准。使用OSI Green系列的建筑在节能方面可以达到LEED（能源与环境设计领导者）的认证。LEED是一个官方认可的评估体系，专门用于绿色建筑的认证。



### 巴西：粘合剂中禁止使用甲苯

2006年，汉高收购了巴西的粘合剂生产商Alba。Alba的一部分接触粘合剂中含有甲苯溶剂，年轻人可能会误当成是胶水。在收购完成之后，汉高专为巴西市场制定了一项策略，在接触粘合剂的配方中使用了甲苯的替代品。

2007年3月，我们公开展示了首款Cascola品牌（不含甲苯的接触粘合剂），先于巴西健康机构设定的最后法定期限。2008年初，DIY市场上开始禁止出售含有甲苯的产品。

对于不含甲苯的新配方，其成功的关键是积极地向消费者传递了这种改变，并取得了消费者对产品效能的信任。为此，在2006年12月份，我们以“心系未来”为主题，启动了一项倡议，并组织粘合剂工业协会、新闻业界、非政府组织、客户以及地方当局联合召开了一场会议。从一开始，我们就得益于在智利市场取得的积极经验——自1998年以来，我们一直在智利市场推广无甲苯粘合剂，并取得成功。



### 无霉接口

霉在腐蚀硅树脂密封剂时，不仅影响其外观，还会导致水泥接合处开裂。同时，霉所产生的孢子对人体健康也是一大危害。

经常淋浴会增加室内湿度，引起室内发霉。此外，如果经常不通风也会引起发霉。



硅树脂产品中含有可冲洗的活性物质。为遏制发霉，我们的研究人员分析了霉菌的生命周期，结果发现Sista Schimmelblocker（一种霉的阻滞抗体）在遏制发霉方面可以提供三倍防护，其生物活性物质可以有效遏制霉菌形成孢子，且其表面活性剂则减少了硅树脂的表面张力，抑制了发霉的孢子的寄居。一些抑制剂，如杀菌剂，为预防细菌滋生提供了额外的保护。Sista防霉阻滞抗体将于2008年3月中旬在德国推出，之后会在全球上市。

### 适用于敏感头皮的发型水

许多人的头皮都很敏感。为避免过多的瘙痒，许多人放弃使用发型水。因此，Taft推出了一款新的系列：Taft Sensitive。其配方经过严格的皮肤病学测试和认证，完全适用于敏感型头皮。该发型水喷剂不含香水且无味，配方对头皮100%适用。因此，Taft Sensitive对于头皮敏感又钟情于头发造型的人们而言，不失为一种理想的选择。





我们的中央仓库设在维也纳。该仓库为奥地利、捷克、斯洛文尼亚和斯洛伐克等地的客户供应洗涤剂产品、家用清洁剂以及化妆品。由于货运的集中化，2007年共减少20万公里运输路程。

## 聚焦可持续性发展

汉高在全球52个国家拥有生产基地。通过不断地改进我们的工厂、工艺与结构，我们在减少能源消耗，降低对环境影响的同时，一直致力于提升生产安全与生产效率。通过不同产地之间知识与技术的转移，我们确保了全球汉高生产工艺的安全性、高效性，以及生产工艺对资源的保护性。

我们的安全标准、健康标准、环境标准适用于全球的生产地。为确保这些标准的落实，我们在德国国内开展了审计工作（参见第11页）。在2007年，我们对北美、澳大利亚、新西兰、菲律宾、马来西亚、突尼斯以及土耳其这些地区共开展了五次审计工作。总体上，我们的审计师视察了27个场地，针对648项标准进行了审查，发现有34项需要整改。

其中一个例子为，因存在一项严重危及工作健康安全的工作，工厂的相关部分被立即关闭。采取必要整改措施后，该部分工厂才得以继续运营。

我们对于个别场所的环境管理体系受到了外界的认可，具备了竞争性优势。2007年底，约有57%的产量出自获得ISO 14001环境管理标准认证的场所。

我们专门根据运输产品的性质，设计了物流规划。对于体积相对较大的产品，我们会通过维修地区生产点，减少运输路程，减轻环境负担。对于体积紧凑且重量轻的产品，运输任务就相对简单，因此我们会尽可能地批量生产。



## 全球效率的驱动力

通过“工厂服务卓越成就”项目，我们在全球致力于工厂基础设施效率的提高。旨在追求在质量、安全和成本三者之间取得最佳的平衡点。2006年，继汉高对位于杜塞尔多夫的工厂实行该试点项目后，2007年初，我们在全球范围内推出了这一项目。目前除了汉高在德国的一些工厂外，汉高设在奥地利、比利时、法国、意大利、西班牙以及英国的一些工厂也参与了该项目。

到目前为止，在能源、维护、设施管理、安全、健康与环境、工厂物流以及餐饮等领域，我们共确认了450多项单项措施。

2008年全球将会有更多的工厂加入该项目。定期举办的研讨会和集中交流有助于大家分享最佳应用实践。如此，全世界均可分享这些知识和经验。

## 生产效率最大化

为进一步提升个人护理产品生产工艺的效



**工厂服务卓越成就:** 2007年9月，我们嘉奖了位于西班牙Montornés的工厂，嘉奖其在探索提升效率途径方面所做出的杰出贡献。Jordi Cruz(左)代表工场接受了罗思德先生授予的奖项。

率，根据总体生产管理的方法，我们开发出了一个新项目。该项目可以识别对生产力有负面影响的损失。根据详尽的潜在分析，工厂可以确定量化的目标和措施，以提高效率、生产力与质量，与此同时，减少废料、能源消耗与维护成本。

成功落实的措施将作为一种标准落实到所有工厂。生成废料数量的缩减是该项措施成功与否的重要指标，因为废料、原料消耗仅当整个流程高效运作时才有减少的可能。

2007年，我们成功地将这一项目引入了德国的两处工厂——Wassertrüdingen与Viersen-Dülken，以及位于斯洛文尼亚Maribor的一处工厂。由于收效良好，员工的反应积极，今后也会在化妆品生产场所推出该项目。

## 对全球能源效率与气候保护所作的贡献

在过去的数十年中，我们制定并落实了多项富有成效的节能措施。仅2003年至2007年期间，我们每公吨产量就减少了21%的能源消耗，相关的二氧化碳排量减少了15%。

2007年，我们再次启用了多个项目以提升能源效率，为保护气候作出了诸多贡献。以下为一些说明示例：

### 意大利：对六个工厂进行的能源审计

通过一系列的措施，汉高设在意大利的六个工厂在2002年至2006年期间共节省能源（每公吨）产量达18%。2007年，这些工厂启用了系统性能能源审计项目，旨在为每个工厂草拟能源平衡方案。2007年，我们在Lomazzo, Caleppio以及Casarile开展了此能源审计项目。

有助于提高能源效率的措施还包括：优化生产线、向员工提供信息与培训、利用可再生能源。每个工厂将任命一位能源经理来监督落实情况。今后，能源消耗将是核准新项目和新投资的一大约束性标准。

### 俄罗斯：蒸汽工厂

在众多汉高工厂当中，生产设施及建筑物内的取暖设施均离不开蒸汽。对于汉高设在俄罗斯Engels的工厂亦是如此。在该工厂，我们主要生产强耐力洗涤剂 and 工业粘合剂。过去，我们通过一家外部蒸汽发电厂向工厂输送蒸汽。通过长距离管道的输送，流失了大量蒸汽。而且，供应的稳定性并不确定。作为综合现代化项目的一部分，如今我们为该工厂配备了自己的蒸汽厂。这样不仅保证了对生产能源的持续供应，而且每年还可减少高达30%的能源消耗，二氧化碳排放量则会减少到2100公吨。

### 法国：制冷厂造热

汉高设在Châlons工厂的生产产品包括水性粘合剂。在生产期间，混合运作必须在不同的温度条件下进行。一方面，我们用压缩机冷却混合容器，产出冷水。另一方面，我们需要热水来冲洗混合器。过去，我们经常用煤气将水加热到50摄氏度。有一项分析表明，制冷压缩机中浪费的热能已经足以产出所需的热热水。若能利用压缩机中浪费的热量，用于生产的煤气消耗就能减少5%，一年中就可减少50公吨的二氧化碳排量。

### 从德国到危地马拉：生产中的热能恢复

在全球范围内，从生产到工艺，我们力求回收利用浪费掉的热能。比如，2007年我们在德国Wassertrüdingen的化妆品工场安装了蒸汽热能交换器。通过利用压缩机中浪费的热量，我们现在可以对八缸头发喷雾剂和除臭喷雾剂进行加热。2007年，我们减少的能源消耗达6%，相当于250公吨的二氧化碳排量。

在危地马拉Mixco的工厂，我们为洗涤剂生产线投资了一套新的热能恢复系统。通过利用喷雾烘干塔当中温度高达100摄氏度的废气热能，我们减少了近15%的能源消耗，相当于800公吨的二氧化碳。



汉高在上海设立的总部是中国乃至亚太地区的中心。该建筑物高度节能。其玻璃墙以及供暖制冷用的系统、恢复电路系统均可节省能源。与同类建筑结构相比，该建筑物可节约大约60%的能源使用。

#### 从奥地利到美国： 使用工艺热能供暖

在汉高的众多工厂中，我们利用获取的工艺向建筑物输送暖气。例如，在汉高位于奥地利维也纳的一处工厂，他们利用洗涤剂生产线产生的热蒸汽来制造热水，为仓库中的原料供暖。夏季，这些热能就流向了维也纳城的公共地区供暖网点。结果，通过此项及其它措施的实施，2007年的二氧化碳排量减少了近700公吨。

自2007年起，我们位于美国伊利诺斯州的一处汉高Montgomery工厂的办公楼也利用了生产中产生的废热供暖，每年可节约1750千瓦能源，相当于350公吨的二氧化碳排量。

#### 德国：变废料为能源

再利用废料的另一方法为焚化。我们委托处理厂商Entsorgungszentrum Düsseldorf-Süd对我们附近生产设施排出的废料进行处理，如有需要，通过碾碎和预处理将这些废料转化为燃料。比如：液体废料必须首先通过添加锯木屑

此类辅助材料固化。2007年，共有8500公吨废料转化成了燃料，即能源。由于能源价格急剧上涨，此种废料处理形式就越来越具吸引力。今后，我们会继续推进、建立再利用的机制，并在其他工厂推广这一变废料为燃料的举措。

[www.henkel.com/sr2007](http://www.henkel.com/sr2007)→Climate Protection

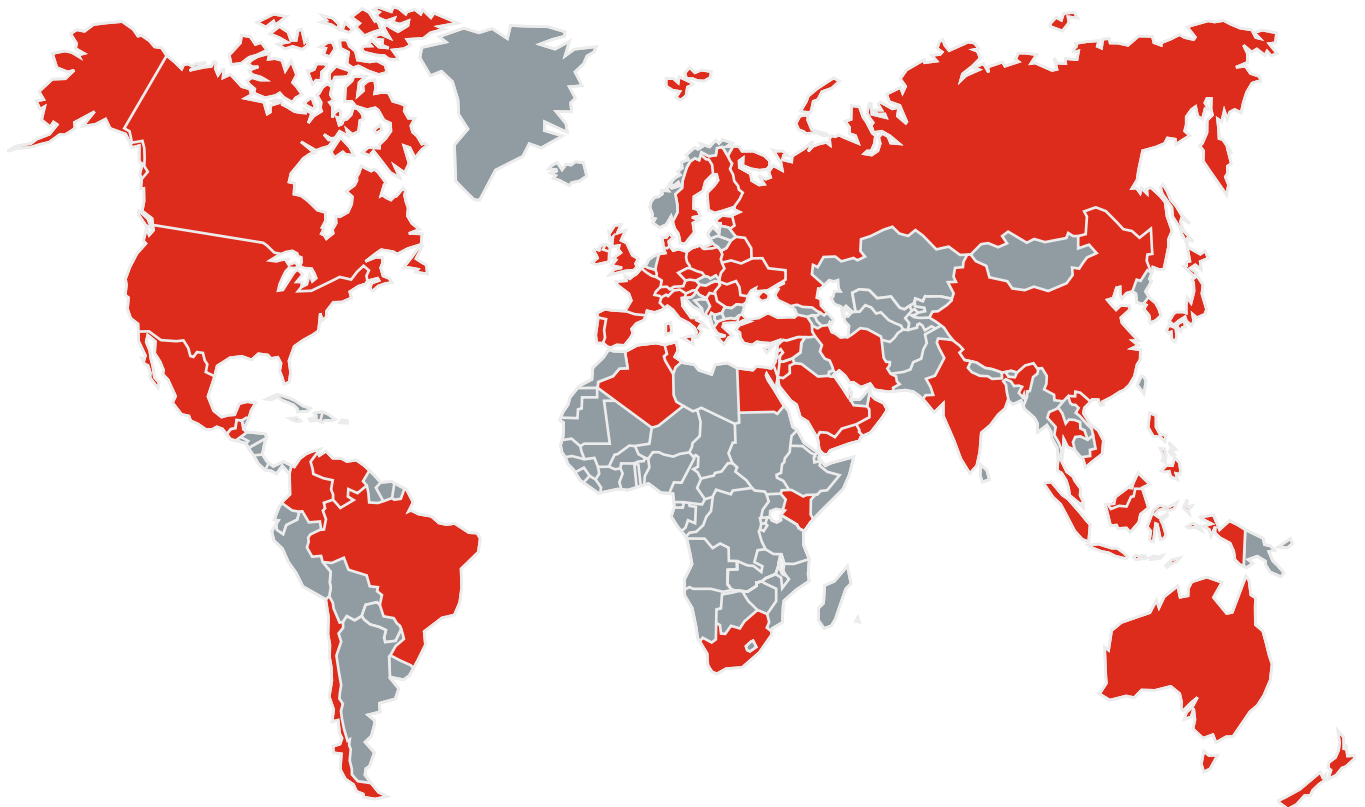
#### 对全球节水所作的贡献

长期以来，汉高保持着对水资源有责任使用的优良传统。在全世界，特别是在一些水资源匮乏的工厂，我们的首要任务为减少用水消耗和降低废水排放。2003年至2007年期间，我们每公吨产量减少用水消耗达15%。以下例子列举了我们在2007年开展的几个项目。

#### 西班牙：成功的探索

2006年，我们在Montornés的洗涤剂工厂将废水排放减少了21%。该厂员工们坚持不懈，继续致力于能源节约、流程改良的积极探索。结果，该厂在2007年取得了一系列成绩，包括来自液体洗涤剂生产线的废水处理与喷雾干燥塔的清洗用水处理、生产中清洗水的再利用、较上一年的对淡水消耗每周监控。通过这些持续的努力，水消耗同比进一步下降了6%。

## 位于52个国家的生产工厂



更多工厂详情，请查询：[www.henkel.com/sr2007](http://www.henkel.com/sr2007) → Production Sites

### 墨西哥：新成立的用水委员会

为今后可以更有效地监控和指导用水管理，我们位于Toluca的工厂决定采取一种新型措施，即任命一个工厂的用水委员会。该委员会由生产部门、行政部门的员工组成，负责准确监督每月的用水消耗总量，规划减少用水消耗及废水量的措施，办公楼用水效率与生产过程中回收水的利用受到同等关注。



位于巴西Itapevi, Boituva与 Diadema 工厂的员工组织了为期三日的咨询活动，以引起全体员工对合理用水的关注。在Diadema工厂，我们的员工走访了附近250家公寓和住宅，向住户分发了有关家庭节水建议和信息的宣传资料。



Genthin——设在德国的区域仓库之一，用于存储洗涤剂与家用清洁剂。

## 高效的物流结构

现代的配送体系必须满足多种需求。首先，必须确保产品供货充足，客户全年均可购买产品。而且要不时地满足零售商的短期需求，保持高水准的递送服务。作为“优化运输和优化仓储”项目的一部分，我们一直致力于改进欧洲乃至全球的汉高物流效率。

在2007年，我们已经实现了重大的协同效应。比如：我们在德国六个大型区域仓库对洗涤剂与家庭护理业务部门加强了仓储运营。我们的目标是到2009年可以将这一数目减至三个仓库。我们主要通过铁路向仓库运送产品。与2006年相比，经由铁路从杜塞尔多夫工厂运送至Genthin的生产设施的原料增加了15%。而且，对于从杜塞尔多夫出口至瑞典的洗涤剂运输，我们已不再经由公路，而改用铁路。目前，大部分出口产品经货车运至瑞士，然后再经公路和铁路运至意大利。

位于维也纳工厂的中央仓库现在要向奥地利、捷克、斯洛文尼亚以及斯洛伐克等地的客户供货。2007年，由于对洗涤剂、家用清洁剂以及化妆品采用了集中化货运，货运路程共计减少了20万公里，相当于每年节约了7万升的柴油。

我们对设在土耳其的工厂进行了重组，并将工厂从Izmir搬至Ankara，这样我们就减少了136万公里的运输路程了。这相当于是每年节约了约44.5万升柴油燃料。

而且，我们正越来越倾向于将我们的托运运输同供应商相似产品的托运运输结合起来，以提高卡车的运输效率。

## 避免空运输

每年，整个欧洲需要几亿升用PET、PE或PD瓶装的液体洗涤剂和家用清洁剂。比如，PET是一种多用途不易折断的可变形塑料，使用后可进行回收。为避免长途运输空装塑料瓶，所需的塑料瓶通常由靠近我们工厂的指定供应商在当地生产。因为塑料瓶是在当地生产，所以我们只需要运送原料，而原料可以比瓶装成品节约20倍的空间。总体而言，这就省下了3.7万次往返欧洲的卡车运输车次，并减少了1.35万公吨的二氧化碳排量。

[www.henkel.com/sr2007](http://www.henkel.com/sr2007) → Logistics

# 环境指标

## 透明度

在汉高公司，我们会使用一些指标来确定潜在改进，项目管理及目标成就监督。指标简明扼要，透明度高，是我们向公众传递进展与绩效的重要方式。我们的指标均根据欧洲化工委员会的环境指标制定的。

在可持续性发展报告中，我们非常重视国际上公布的相关核心指标。作为全球控制变量，氮氧化物和灰尘的排量，以及氯代烃类消耗与我们的关联不大，因此将仅于互联网上进行公布。

互联网上的GRI指数指的是全球报告倡议组织(GRI)的报告内容和指标。

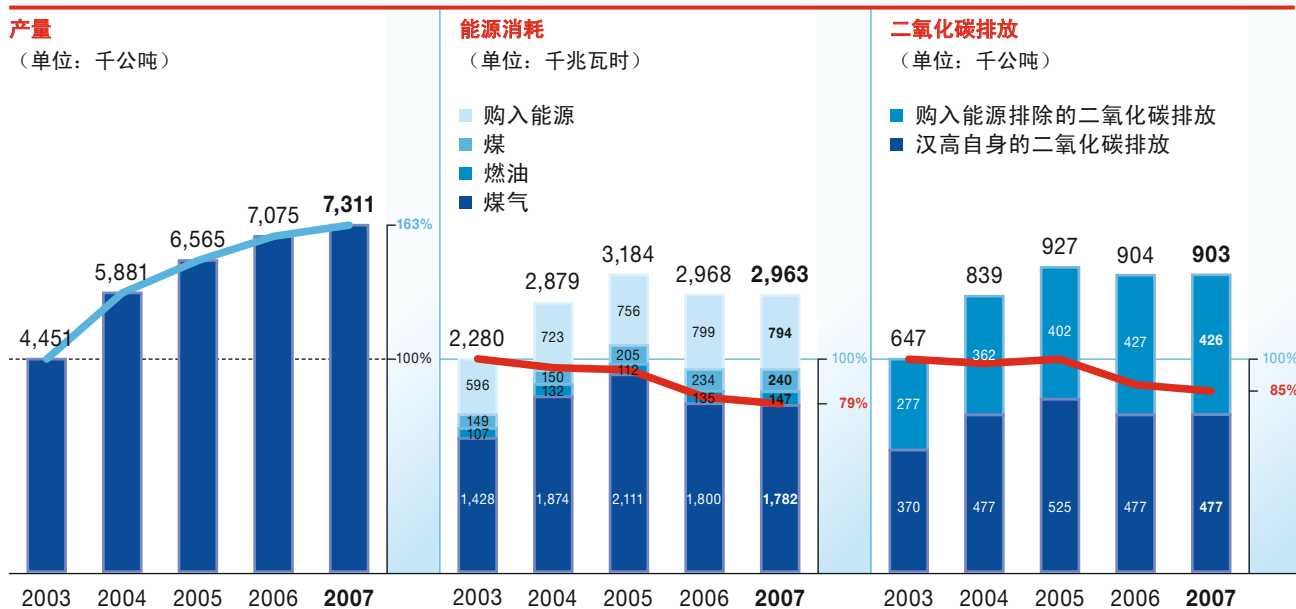
[www.henkel.com/sr2007](http://www.henkel.com/sr2007) → GRI

## 一张全球图

生产相关数据根据汉高设在52个国家的166个工厂确定。对这些工厂的选择基于一个标准，此标准包括其产量、排放量和排放类型以及消耗资源。这些工厂的生产占了全球生产的98%。

## 参照基准

汉高工厂的环境指标呈上升态势——从2003年的132个数据上升到了2007年的166个，同样，汉高也正处于成长之中。由于并非以匀速增长，所以数字呈跨越型。为方便解读数字，图标显示了有关产量（单位：公吨）的指标进程。这些指数曲线均以2003年为基准绘制而成（=100%）。



因收购，2004年产量约上升了20%，特别是Dial与Sovereign专业化工品产量。

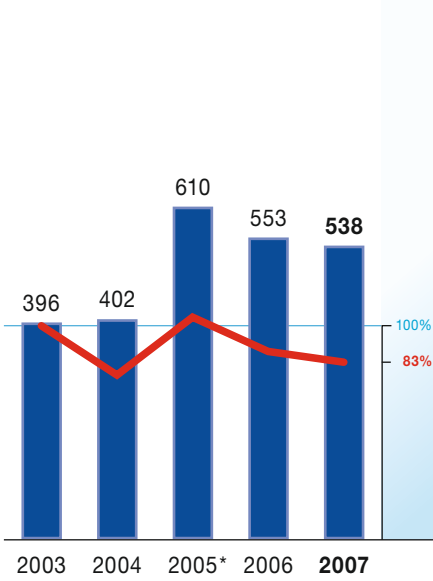
购入能源为电力、蒸汽及场地外产生的集中供热。

汉高生产活动中产生的能源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产生过程中产生的二氧化碳排放。

100% 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2003年为基准绘制而成（=100%）。

**二氧化硫排放**

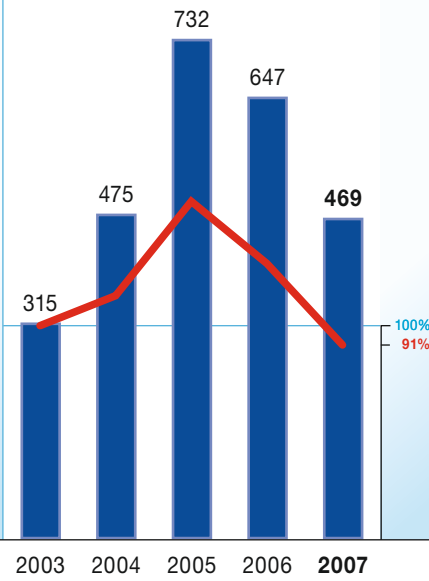
(单位: 公吨)



某些厂地燃料结构的变化导致二氧化硫排放增加。

**挥发性有机化合物的排放**

(单位: 公吨)

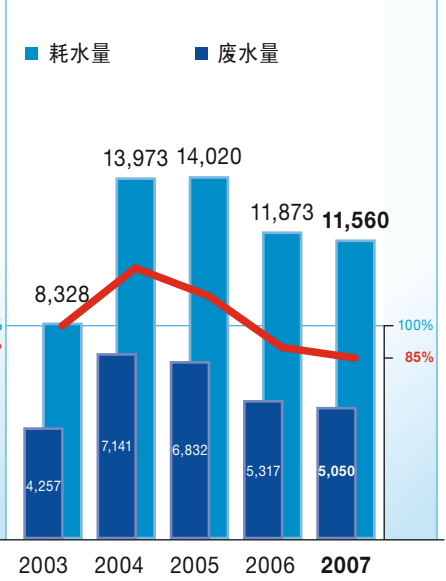


2004年和2005年的排放量增加的主要原因为并购。2006年, 已采取额外措施减少挥发性有机化合物的排放。

**耗水量与废水**

(单位: 千立方米)

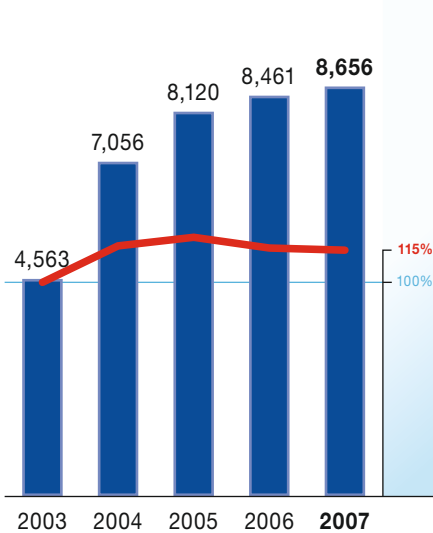
■ 耗水量 ■ 废水量



这些数值包括所有的用水量, 不论是从外部购入的用水或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, 所以废水量比耗水量要少。

**地表水中的COD排放**

(单位: 公吨)

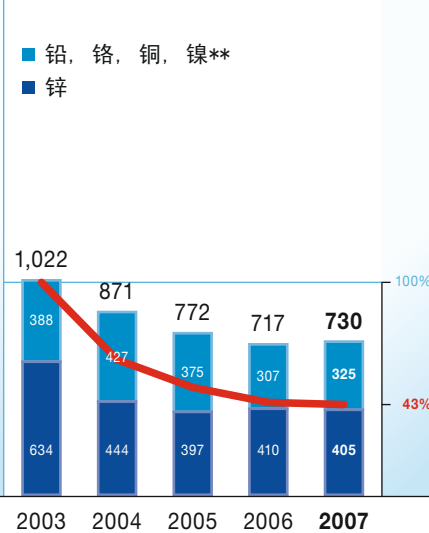


化学需氧量(COD): 通过有机物质测量废水污染。2004年, 因收购, 该指标上升。2006年, 另一厂地被首次纳入了该报告的该项指标中。

**废水中的重金属排放**

(单位: 公斤)

■ 铅, 铬, 铜, 镍\*\*  
■ 锌

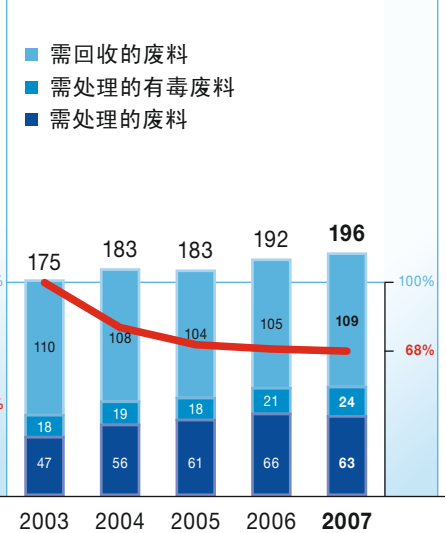


由于锌对环境的危害通常小于其他重金属, 因此单独显示锌含量。  
\* 我们的生产不包含危害性极大的重金属, 如水银和镉。

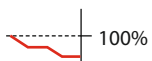
**废料回收与处理**

(单位: 千公吨)

■ 需回收的废料  
■ 需处理的有毒废料  
■ 需处理的废料



“需处理的有害废物”包括各个国家法律规定的有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, 有害废物的数量仍有增加的可能。



图表上的指数曲线显示了每公吨产量生产量指标的进程。这些指数曲线都是以2003年为基准绘制的 (=100%)。



一直以来，汉高秉承多元化传统，多元化也是企业文化的组成要素。图为来自巴西、芬兰、德国、希腊、墨西哥、波兰的与会者出席多元化研讨会时的合影。

## 聚焦可持续性发展

确保一家公司能够在未来取得成功的一大重要因素是其能否培养员工的激情并保持这种激情。汉高一直致力于促进员工自身的发展，把员工对自身的承诺与公司的成功紧密相连。

汉高一直处于成长与发展中。汉高的国际化要求我们要建立一个全球人力资源的构架。对我们而言，面临的最大挑战为如何培育出一种面向全球的企业文化来鼓励员工积极思考、主动实践。

与此同时，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、与之相关的年轻雇员紧缺、众多新兴经济体的飞速增长。在这种环境下，为确保我们能取得长期的成功，我们必须依靠素质高、灵活性强、积极主动的员工。他们的经验、天资、技能均反映出了市场的多元化和客户的多样性。通过以目标为导向的管理方法、与绩效关联的薪酬制度、定期评估以及不断的学习提高，我们达成了目标。

领导有方是我们制胜的另一大法宝。如今，对专家和职业经理人的要求越来越高。因此，对我们而言至关重要的是我们能否针对这些要求，在不同的管理层次上，不断地促进员工自身的发展。

除了员工的自觉主动和个人发展以外，企业的成功同样离不开我们的企业文化和积极的工作氛围。我们有义务尊重员工，保护全体员工的隐私权，落实平等与公正。这些要素均已包含在我们必要的行为准则当中。

汉高的当务之急是确保全体员工的健康与安全。我们要不断致力于工作健康与安全的改进。我们开辟了一些特色项目，以促进员工的身体健康，为员工的长期工作提供了保障。特别是对人口出现老龄化的国家而言，此点尤为重要。



**发展与继续教育**

汉高若要取得成功，须系统地发展并关注员工的不同资质和能力，此点尤为重要。为此，我们对员工的知识、创造力、社会技能进行投资。

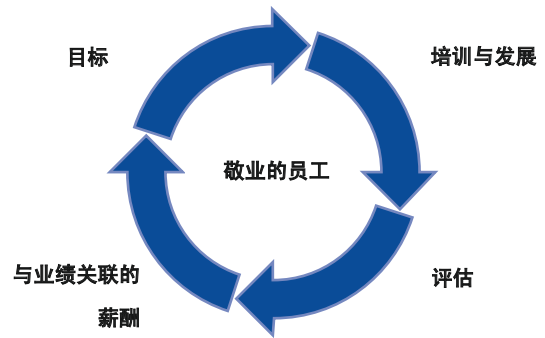
2007年，我们为员工提供了一系列培训，包括针对产品开发人员的国际研究与开发大会，以及国际标准财务报表的地区研讨会。

其他事例：我们定期为销售人员组织培训课程，以加深他们对汉高工业产品可持续性的了解。我们还组织了目标岗位的全球轮换项目。仅2007年，约有400名员工被派往海外工作。

定期对员工进行评估也是必不可少的。根据员工与管理私人交谈，我们会确认员工的发展潜力以及所需的培训。从1998年起，汉高在全球将管理技能评估(MCA)作为一种工具来评估管理人员的表现。对于非管理人员，我们则使用了另一套专为其量身定制的评估和发展机制，可以在公司本土化后加以运用。在上述事例中，我们均让员工代表参与我们的人员评估工具的规划工作。

[www.henkel.com/sr2007](http://www.henkel.com/sr2007) → Continuing Education

**企业成功的驱动力**



**改进领导技能**

为提升领导水平，我们为负有管理职责的员工制定了一种全球统一的标准化培训理念。这些项目专为不同管理级别的要求设计。根据目标群体的需要，可以在当地、地区或集中进行培训。

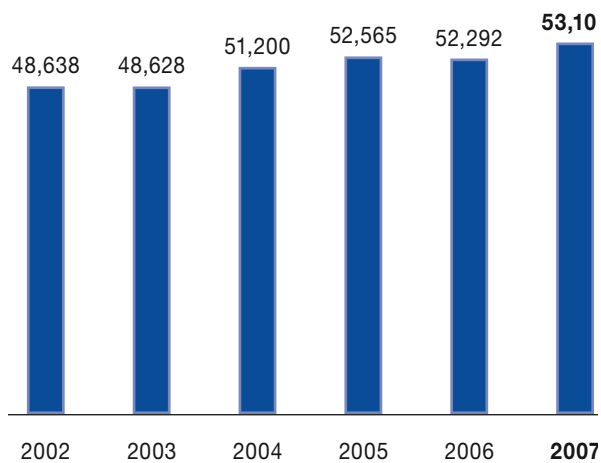
人员管理研讨会传授的知识为基础性知识，而团队管理研讨会传授的内容主要是如何通过自我管理、团队管理来提升绩效。我们同位于美国亚利桑那州Glendale的Thunderbird商学院合作，专为管理高层设计了全球战略领导力的课程。

**扩大反馈**

系统化的定期反馈对于评估个人团队绩效和领导技能而言非常必要。2007年，我们扩充了现有的反馈流程，更多地将重点放在了改良措施上，并使这些措施与《团队合作和领导守则》保持一致。该守则对汉高领导力的总体框架作了定义。

### 全球雇员

截至2007年12月31日



### 根据地区划分的雇员\*

截至2007年12月31日

|          | 2006          | 2007          | 百分比         |
|----------|---------------|---------------|-------------|
| 欧洲/非洲/中东 | 33,799        | 34,166        | 64.3%       |
| 北美       | 6,651         | 6,438         | 12.1%       |
| 拉美       | 4,297         | 4,268         | 8.1%        |
| 亚太       | 7,545         | 8,235         | 15.5%       |
| 汉高       | <b>52,292</b> | <b>53,107</b> | <b>100%</b> |

截至2007年底，汉高共有53107名员工。当年，员工总数上升了815。

\* 不包括受训人员、工作的学生和实习生

### 经理

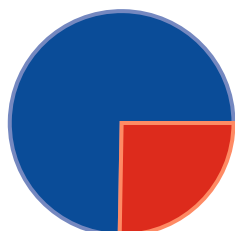
截至2007年12月31日

经理总数9200名

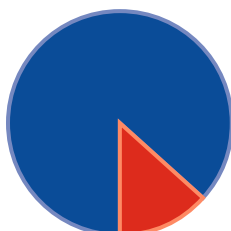
平均年龄：42.3

高层经理768名

平均年龄：47.3



80个国籍  
25.4%为女性



46个国籍  
13.4%为女性

\*管理董事会、运营管理会、全球管理圈I与IIA。

除现有的管理能力评估以及员工与上司间的交流外，同事、内部和外部客户也可参与反馈。反馈均以匿名方式，可与经理的自我评价成对比。然后，根据对比结果，在交流谈话当中讨论当事人的长处与短处，而后确定该采取的措施。

### 招聘

由于人口增长，优秀人才之间的竞争也势必愈演愈烈。因此，对汉高而言，如何让有关目标群体意识到汉高是一家具有吸引力的雇主就显得愈来愈重要，其中包括我们要在全球范围内招聘有能力的学生，并满足他们的个人发展需求，尽早加强与他们之间的联系。通过提供有挑战性的实习机会，通过“职业追踪”校园招聘项目，我们意在与大学本科生以及研究生间建立起密切的联系。作为我们招聘策略的一部分，我们同大学、教授紧密合作，一同督导学位论文和毕业论文，并联合举办研讨会。

所有的应聘者，不论是应聘全职还是兼职、应聘实习机会还是培训机会，均可用自己的母语在全球50多个国家通过我们的互联网门户网站与汉高取得直接联系。在奥地利，新建的i@pply门户网站在150家大公司当中脱颖而出，被评为最佳电子招聘项目。

## 全球多元化管理

多元化管理是汉高一贯的传统，也是我们企业文化的一部分。在德国境外的雇员比例正在稳步上升，目前接近81%。

汉高雇员的不同文化背景与技能有助于我们更好地了解不同的市场，是构建汉高长期成功的基石。

汉高已经公开表明了自身对多元化所承担的责任。比如，我们签署了《多元化宣言》。2007年，我们专为全球的多元化管理成立了一个组织部门。

如今，在许多国家，如何在家庭与事业间取得平衡是一大社会、政治话题，同时也是多元化管理的焦点所在。而我们知道只有通过解决家庭与事业的双重压力，才可充分利用员工的天资与能力。

为应对西方工业化国家的人口发展问题，我们向员工提供了一系列综合服务，以促进员工的生活健康。这些服务包括医学体检、生活方式建议、从工作到退休的过渡阶段建议。

[www.henkel.com/sr2007](http://www.henkel.com/sr2007) → Diversity

## 促进长久健康

2007年5月，一份有关健康管理的工厂协议在汉高的杜塞尔多夫工厂正式生效。该协议强调了健康的重要性，在员工和管理人员当中引起了共鸣。该协议还列举了促进工作场所身体健康的具体措施，比如，在人类环境改造学方面取得的进步、专门的培训课程以及帮助员工保持健康等事项。



**berufundfamilie**  
Eine Initiative der Gemeinnützigen Hertie-Stiftung

# Zertifikat

Die berufundfamilie gemeinnützige GmbH bescheinigt hiermit, dass die

# 2007



Dieses Zertifikat ist gültig bis  
**6. November 2010**

Zertifizierungsnummer  
**071126-2075**

**Henkel KGaA**

Standort Düsseldorf-Holthausen  
Henkelstraße 67, 40589 Düsseldorf

eine familienbewusste Personalpolitik betreibt und kontinuierlich an einer tragfähigen Balance von Erwerbsarbeit und Familie arbeitet. Die Re-Auditierung im Rahmen des audit berufundfamilie® wurde erfolgreich durchgeführt.

**Ziel der Re-Auditierung**

Mit Hilfe der Re-Auditierung bescheinigt Henkel den bereits erfolgreich etablierten Prozess zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie unter dem Leitkriterium »Unterstützung zur Selbsttätigkeit weiter auszubauen. Das audit berufundfamilie® stellt eine ausgezeichnete Möglichkeit dar, bestehende Maßnahmen auf den Prüfstand zu stellen, Trends aufzugreifen und die konkreten Bedürfnisse der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei der Zieldefinition für die Zukunft einzubeziehen. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden regelmäßig und umfassend über die Maßnahmen informiert. Somit bleibt Henkel weiterhin ein in der Innen- wie Außenwahrnehmung attraktiver Arbeitgeber rund 51 Prozent und die Teilquote bei 9 Prozent.

**Durchgeführte Maßnahmen (Auswahl)**

- Klares Bekenntnis des Top-Managements
- Sensibilisierung der Führungskräfte (Integration in Managementseminare)
- Betriebsvereinbarung »Familie und Beruf«
- Teilzeitmodelle, Vertrauensarbeitszeit, Telearbeit
- Infos für wandernde Eltern (Broschüren, Intranet)
- Betreuung in der bestehenden Gerda Henkel-Kindertagesstätte (bedarforientierte Öffnungszeiten)
- Betriebliche Sozialarbeit, Unterstützungsangebote zur Kinderbetreuung, Eldercare
- Kooperation mit dem jenseitigen Familienservice (inkl. Notfallbetreuung)

**Zukünftige Maßnahmen (Auswahl)**

- Neubau einer Kindertagesstätte für 75 Kinder mit dem Schwerpunkt der »Betreuung unter 3-jährigen«, Fertigstellung August 2008
- Fortführung und Weiterentwicklung des Angebots flexibler Arbeitszeitmodelle
- Ausbau der Telearbeit
- Fortführung und Erweiterung der Online-Learning-Angebote für Beschäftigte in Elternzeit
- Etablierung des betrieblichen Weiterbildungsmanagements
- Fortführung der Arbeitsgruppe Familie & Beruf
- Mit Hilfe eines Work-Life-Cockpits schnelle und übersichtliche Generierung von wichtigen Kennzahlen
- Fortsetzung der Kommunikation zur Vereinbarkeit nach innen und außen

6. November 2007  
11. Juni 2007

berufundfamilie gemeinnützige GmbH  
Geschäftsführung

berufundfamilie gemeinnützige GmbH  
Austausch

对汉高家庭意识型人力资源政策的进一步认可。在德国，我们获得了非盈利性Hertie基金颁发的“家庭与职业审计”资格证书。该项审计得到了联邦家庭部长Ursula von der Leven博士的支持，是一种专为促进和改善企业文化家庭意识而设计的管理工具。最终该家庭友好型人力资源政策受到了高度肯定。

健康管理的涉及面很广，涉及到公司的医生、人力资源经理、工作健康与安全专员、工会成员以及其他部门的经理。很多工厂还开展促进健康的活动，或为换班的工人提供专门活动周。

### 全球雇员代表

在汉高的社会标准当中，我们还作出了支持员工自由结社、加入社团的承诺。公司工会、独立工会或者类似的组织代表着汉高75%员工的利益。在一些无工会或未建立工会的国家，我们会主动和员工进行非正式的交流，确保意见交换的畅通。

员工代表组织、当地工会以及工会代表为管理层提供了一个交换意见和磋商的平台。

我们会以最快的速度，定期向员工阐明更多有关企业战略、计划收购的细节。

欧洲有着非常广泛的信息磋商流程。1995年，为在欧洲地区继续加强管理层与员工代表之间的合作，汉高自发成立了欧洲员工代表会(EWC)，它是德国第一批成立工会的厂商之一。

### 职业健康与安全

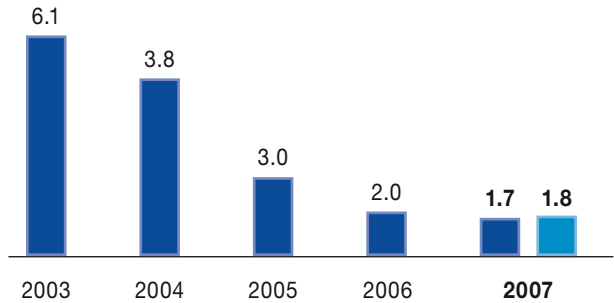
2000年，公司上下一致通过设定无一起事故的这一目标，此举措强调了工作健康与安全的紧迫性。到2005年，首个中期目标是将事故发生率降低45%。事实上，我们的事故发生率减少了67%，超过我们的预期安排。到2010年，我们的目标是将现有的事故发生次数（以2005年为基准）再减少一半。2007年，我们已接近第二个中期目标，每百万工时工伤事故发生率已降低了1.7%。

如今，我们根据企业目标，已经为未来五年设定了一个新的中期目标：到2012年，我们的目标是将工伤事故发生率再降低20%（以2007年为基准）。

### 工业事故（每百万工时）

至少损失一天（除正在减少中的事故）

- 汉高雇员
- 承包商雇员（2007年首次纳入）



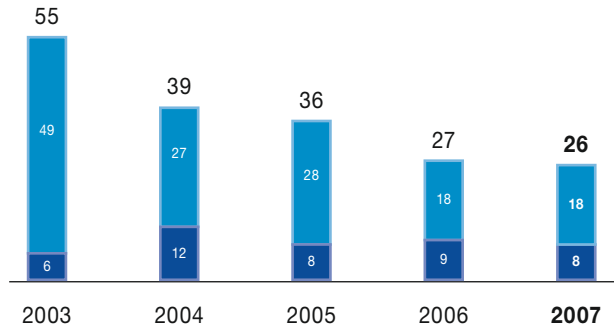
覆盖了98%的汉高雇员

\* 外部公司在汉高工作的雇员与承包商员工

### 严重工业事故

损失超过50天

- 在一般生产过程中发生的事故
- 在周围走动活动时发生的事故（例如：绊倒）



覆盖了98%的汉高雇员

2007年，在汉高雇员和承包商雇员当中未发生一起重大工业事故。

为尽快达成我们的最终目标，我们要让新收购的公司更快的融入到我们的企业文化中，进一步扩大培训，支持相关的职业健康与安全措施。

对风险的早期识别以及对事故的规避措施在此处起到了关键作用。通过地区以及当地的倡议与行动，我们将每个工厂的具体情况也纳入了考虑范围。

### 承包商雇员

对我们而言，要让在汉高工厂工作的承包商及其员工融入到汉高当中，尚需努力。此项举措的前提是我们要向这些公司以及他们的员工提供汉高对健康安全的规定，监督并确保他们遵守这些规定。此外，我们要让承包商员工更广泛地参与现有的培训课程，通过目标项目引导他们。2007年，为评估这些措施成功与否，我们将这些在汉高工厂工作的承包商雇员纳入了我们的事故汇报机制，按天数损失记录事故。凡事故涉及到外部公司合同工的，我们将以对汉高员工相同的标准予以记录。

### 在安全、环境、健康等方面的培训

领导绩效与培训以及员工的意识对汉高的可持续性运营至关重要。在特训项目中，我们在全球范围内对工厂经理进行指导，传授他们安全管理、健康管理以及环境管理的方法。课程内容包括风险分析、处理紧急事态与承包商进行沟通等。

除了传授技巧以外，工厂经理间的会议加强了工厂之间的联系，提供了一个相互分享地区最佳实践经验的绝好机会。自2006年起，针对上述专题，我们在世界各地共培训了120名雇员。



在墨西哥Toluca工厂进行的安全培训：员工们正在训练使用灭火器。

我们会定期评估员工的培训需求，将合适的环保研讨会、健康与安全研讨会融入到我们的基础培训项目与高级培训项目中。而且，我们的工厂与公司也会定期强化员工对这些方面的意识。

► **意大利：**意大利的汉高工厂形成了一种全面沟通的理念，以提升员工整年度的安全意识。“构想出您的安全标语”进一步加强了员工对安全专题的参与度。五月份的“安全日”则是活动的高潮部分。

► **肯尼亚：**约40%的员工参加了为期5天的研习会。在研习会上，外部专家就工作健康与安全对他们进行了指导，其中包括紧急疏散与急救等专题。

► **墨西哥：**我们位于Toluca的工厂举办了第二次“健康、安全与环境周”的活动。此活动的特别之处就在于培训的内容不仅针对我们的员工，且针对我们的供应商、合同工和救火人员。

[www.henkel.com/sr2007](http://www.henkel.com/sr2007) → Occupational Health and Safety



为了明天(MIT)计划:汉高在中国的员工为边远山区的小学图书馆募集了书本。

## 聚焦可持续性发展

受公司创始人弗里兹·汉高(Fritz Henkel)及其家族的鼓舞,对社会尽责一直是汉高秉承的优良传统。这一传统深深植根于我们的企业价值观,并体现在我们的日常运营中。除直接的业务关系以外,汉高“微笑”项目为汉高参与企业公民活动提供了一种保障。我们特别重视发展汉高及汉高品牌同社会机构之间的合作关系,共同应对挑战。

相信通过这种合作,我们可以共同研发出解决方案,让人们从中受益。为取得持久的发展,我们关注于帮助人们实现自助。员工以及退休职工是汉高参与全球企业公民的推动力。从筛选、组织、管理到积极参与,他们均是汉高“微笑”工程的核心。

汉高“微笑”项目在不同的层面均做出了有益贡献。通过致力于志愿服务工作,强化了在职员工与退休员工之间的联系。由于汉高在职与退休员工积极应对地区困难,为其提供目标扶持,使得这些地区与社区从中受益。为达到全球发展的目标,我们的项目为全世界作出了诸多贡献,比如,为联合国期望在2015年达到的八大千禧年发展目标做出的贡献。

2007年后期,我们围绕三大核心要素对汉高“微笑”进行重组:

- ▶ 为了明天(MIT)——员工约定
- ▶ 社会合作——企业和品牌约定
- ▶ 汉高友情计划(HFI)——紧急援助基金

我们提供支持参与的领域有:社会需求、教育与科学、健康保健、艺术与文化、环境。2007年,汉高投入了750万欧元,用以促进这些领域的发展。



**为了明天(MIT)项目：**我们给法国Montluçon一家医院的儿童带去了娱乐活动，帮助他们尽早康复。我们当中的一些员工在自己的业余时间和小病人呆在一起。医院的小丑和歌手经常会到医院组织集体活动，帮助儿童忘却烦恼与病痛，让他们的思绪转向其他的事情，哪怕是很短的时间。



**为了明天(MIT)项目：**员工们在菲律宾的Bonga帮助残疾流浪儿童。这些孩子的音乐才华得到了展现和发展。正因为有了这样的支持，2006年，Rondalla小组的年轻吉他手队正式成立。在“为了明天”这一倡议下，我们有能力添置一些必要的乐器。

### 为了明天 (MIT) 项目——员工参与

2008年是为了明天计划(MIT)项目诞辰10周年。在为了明天这一计划中，我们通过物资、产品、财政捐款、离岗带薪及专家建议等方式对在职与退休员工的志愿服务提供了支持。正是在他们主动奉献、乐于助人、敢于承担责任的精神扶持下，我们的众多具体项目才得以实施。当前的重点在于志愿者的参与程度以及员工的影响力。在职与退休员工参与此计划的程度越广，汉高越会提供更多可能的支持。

1999年，为增进相互经验交流，我们的员工建立了一套MIT网络技能库。这个想法是在第一次MIT圆桌会议上提出的。自此，MIT圆桌会议每年都要举行一次。根据待讨论的话题，来自不同地区的汉高与会者与外部企业的专家均可参加该圆桌会议。

### 汉高友情计划 (HFI) —— 紧急援助基金

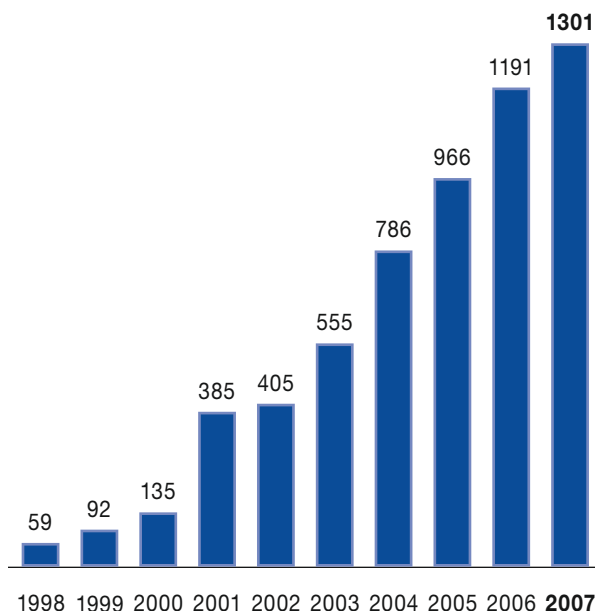
汉高友情计划(HFI)为困难中的人们提供直接帮助。当人们及他们所处的社区遭遇危机或灾害时，HFI会直接向受灾地区提供资金或物资援助。除了帮助人们进行自助以外，HFI还会同受灾地区的汉高公司一起合作，为灾区的重建工作提供长期支持。

### 社会合作——企业与品牌参与

在世界各地，我们通过社会合作，对主要工厂所处社区的倡议提供了支持。

#### 为了明天(MIT)项目

每年的效率





**汉高友情计划 (HFI) :** 2007年1月, 在印尼首都雅加达, 遭遇了过去五年当中最为严重的一次洪涝灾害。一连几天的暴雨之后, 约70%的城市浸泡在了洪水当中。那里的人们急需帮助。汉高友情计划向灾区人民提供了食物、水及药品。

在社会友好合作中, 汉高和汉高品牌为培训和持续教育提供支持, 促进了知识的传播。

社会友好合作加强了社会受资助面稳步扩大与社会参与度间的联系, 同时保持捐款与资助的严格区分。汉高鼓励更多的合作伙伴加入到我们的行列, 承担起责任, 为社会项目提供支持。



每年, 在汉高微笑手册当中我们均对选中的项目进行通报。

更多最新资讯敬请查询互联网:  
www.henkel.com/sr2007 → Henkel Smile



**社会合作:** 位于Soest的“l'm Tabrock”日间护理设施帮助促进了早期儿童音乐的发展。宝莹 (Persil) 品牌下的“Futurino项目”响应了此次号召。旨在通过音乐来克服语言障碍以及社会文化差异。日间护理设施为儿童提供了乐器、麦克风以及耳机。

### “Futurino项目”

在宝莹 (Persil) 诞辰100周年之际, 我们以“宝莹的百年历程——超越过去”为主题, 通过“Futurino项目”在德国举行了别开生面的庆祝活动。该项目旨在改善儿童及青年的教育发展机会。消费者需要对有扶持价值的儿童项目、青年项目进行提名。我们会从2500项提案中选出197项非盈利项目。在德国各地, 有40,000多名儿童与青年得益于“Futurino项目”得到了特别的资助。鉴于该项目所取得的成功与积极回应, 2008年我们仍将继续开展此项目。



### 根据参与地区划分的为了明天 (MIT) 项目, 1998-2007

| 汉高地区      | 学校/教育        | 保健/健康        | 社会需求         | 文化/娱乐      | 生态         | 总数           |
|-----------|--------------|--------------|--------------|------------|------------|--------------|
| 欧洲/非洲/中东  | 1,288        | 1,201        | 1,646        | 749        | 109        | 4,993        |
| 北美        | 62           | 56           | 79           | 35         | 7          | 239          |
| 拉美        | 114          | 105          | 153          | 67         | 2          | 441          |
| 亚太        | 63           | 48           | 61           | 30         | 0          | 202          |
| <b>总数</b> | <b>1,527</b> | <b>1,410</b> | <b>1,939</b> | <b>881</b> | <b>118</b> | <b>5,875</b> |





**社会合作:** 2007年, Schauma品牌同联合国教科文组织合作在肯尼亚西部开展了“教育与生活”项目。在财政捐款、协调措施和联合国教科文组织肯尼亚员工的支持下, 那些受艾滋病病毒(HIV)感染的孤儿现在正在接受医疗护理, 并且可以上学了。因此, 孩子们对未来有了希望。

### 50年投资于青年教育

对任何社会而言, 教育与知识是一个最重要的资源。在全球化的今天, 情况更是如此。早在1958年, 汉高就成立了Jost Henkel博士基金, 来帮助青年完成大学学业。为此, 汉高总共向该基金捐赠了330万欧元。

基金会优先考虑的是那些特别有天资却无力承担学费的学生。平均每年会有11个国家, 共30名学生获得该奖学金, 其中25%的奖学金流向德国以外的国家。

2008年, 为纪念基金成立50周年, Jost-Henkel博士基金将会多增加一半的预算, 以便可以为更多的活动融资。



**社会合作:** 在美国, 汉高就那些急需清扫和整修的社区广泛征集意见。后来我们选中了德克萨斯州的Gainesville, 那里曾遭受过一次严重的洪涝灾害。2007年9月, 有25名员工视察了该城市, 帮忙清理损害。

[www.henkel.com/sr2007](http://www.henkel.com/sr2007) → Henkel Helps

### 促进经济发展

1985年, 汉高成立了Konrad Henkel基金。该基金通过不同的方式促进了德国Heinrich Heine大学的经济研究与教学, 推动了国际间的交流。

作为专项特别基金, 该基金由杜塞尔多夫大学的朋友与杜塞尔多夫大学支持者协会代为管理。为此, 汉高共捐赠了160万英镑。

2007年, 在一位受托人委员会成员的提议下, 来自波士顿美国MIT和哈佛专业学者在杜塞尔多夫大学作了题为“推广基础研究结果对经济增长的重要性”的演讲。自1990年起, 基金开始向毕业班中取得最佳考试成绩的经济学学生授予Konrad Henkel考试奖, 一年两次, 奖金为2500欧元。



Jost Henkel博士  
1909年7月27日—1961年7月7日



Konrad Henkel博士  
1915年10月25日—1999年4月24日

# 与利益相关者的对话

## 与利益相关者对话

通过与当地、地区乃至国际上的社会群体进行对话，我们可以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接触对话，这些利益相关者包括：员工、股东、客户、消费者、供应商、邻里、政府部门、协会、非政府组织、专家及普通大众。

我们将这一对话看作是一个早期确定市场要求、确定运营重点的机会。为此，我们会使用大量的交流工具。

[www.henkel.com/sr2007](http://www.henkel.com/sr2007) → Direct Dialogue

## 员工

为在全球尽责地开展业务，可持续性这一理念就必须植入到我们全体员工的意识与日常运营之中。可持续性这一单元是基础培训和高级培训中的固定组成部分。

一些专题研讨会——比如物流、营销、研究与生物塑料，举办的目的不仅仅是为了建立共同的知识基础，也是为了确保制定的解决方案能考虑到可持续性的各个方面。

汉高内部网站上公布了“节约能源”与“节约汽油”运动，其设计旨在鼓励所有的员工对自己的行为进行反思。员工杂志“汉高生活”以及内部网新闻均对当前发展作了报导。

## 客户与消费者

对产品的研发与营销而言，我们同客户与消费者之间的对话是一个重要的反馈信息。如今，使用我们的产品能够保护资源这一资讯主题变得越来越重要。



在柏林陈述“2007年碳排放项目报告”时，汉高可持续性委员会主席（研究与技术）兼首席技术官(CTO)谈到了气候变化给商业带来的机遇与挑战。该项目的报告中记录了公司应对二氧化碳排放的一系列措施。并且，我们回答了因特网上就碳排放项目提出的一些问题，表达了我们的立场。

[www.henkel.com/sr2007](http://www.henkel.com/sr2007) → CDP

比如去年，我们在德国全国性的“可持续清洗日”上印发了小册子。

在2007年的今天，消费者与零售商希望对产品的二氧化碳排量有更多的了解。因此，我们一直致力于促进大家对产品二氧化碳含量以及测算方法的了解。

## 政策制定者与专家

2007年，汉高再次同许多国家的政治、商务与科学专家们交换了意见。比如，在巴西，我们的代表参加了德国外贸商会的会谈，包括同Horst Köhler会长讨论对于社会责任的理解等。



汉高Heidelberg工厂的安全、健康、环境与质量管理总监Hans-Günter Bredtmann(右)，在德国柏林总裁办公室举办的“环境周”期间向参观者做了题为“可持续性商业”的报告。

[www.henkel.com/sr2007](http://www.henkel.com/sr2007) → Environment Week

在美国，我们的子公司Dial参加了一年一度的思维领导力大会。来自不同公司和国家的产品开发人员汇聚一堂，讨论“如何通过可持续性科技进行革新”。

2007年11月，来自欧洲、国内以及当地的政策专家参观了位于德国Viersen-Dülken的Schwarzkopf&Henkel工厂，就化妆品的法律框架交换了意见。

## 政府机构与协会

汉高将同德国以及国际上的公众和工业参与方进行讨论，让他们来评估汉高的创新理念，并同他们分享经验。2007年，我们参加了一系列活动，增进了同国际肥皂、洗涤剂及保养产品协会(A. I. S. E.)以及动物测试替代方法欧洲合作伙伴(EPAA)之间的对话。

为促进欧盟化REACH法规的务实性实施，我们积极参与合理性提案的制定。

汉高是德国环境部纳米委员会下属战略管理委员会的成员。来自科学界、商界、政府机构、消费者组织、环境团体的代表将就纳米技术的机遇与风险交换意见。

[www.henkel.com/sr2007](http://www.henkel.com/sr2007) → Nanotechnology



伦敦SustainAbility的创始人与首席企业家John Elkington(左)，在杜塞尔多夫向汉高的可持续性专家们作报告，并描述了当前与可持续性问题的挑战。

## 同专家的对话

在汉高同利益相关者的一系列对话当中，与国际知名的可持续性专家交换意见扮演着特殊的角色。我们总结了从2004年起同来自巴西、中国、德国、匈牙利、印度、意大利、墨西哥、俄罗斯、美国专家的对话记录，并将这些记录公布在互联网上。

2007年，我们继续同美国马萨诸州Tellus学院的Allen White博士保持着区域性对话。2007年3月，在杜塞尔多夫举行的可持续性新闻发布会上，White与汉高子公司Dial的董事长兼首席执行官Brad Caspar讨论了当前美国在可持续性领域的发展。

2007年，我们还首次邀请了德国莱比锡管理学院的Andreas Suchanek专家教授和英国伦敦SustainAbility的创始人与企业家John Elkington参加了在杜塞尔多夫举办的研习会。

2007年，德国天主教大学的André Habisch博士/教授再次参加了在德国召开的汉高为了明天MIT倡议年度圆桌会议。

[www.henkel.com/sr2007](http://www.henkel.com/sr2007) → Expert Dialogue

# 外部评估

## 评级与指数

2007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的印象。

[www.henkel.com/sr2007](http://www.henkel.com/sr2007) → External Ratings



苏黎世/纽约：2007年，汉高作为非耐用消费品领域的领导企业之一，被列入了全球道琼斯可持续性指标DJSI（全球）及DJSI斯托克指数（欧洲）。



伦敦：连续七年，汉高在国际FTSE4信誉道德指数上榜有名。



法兰克福 am Main：2007年11月，汉高在众多德国法兰克福指数(DAX30)上市公司当中脱颖而出，其可持续性评级位居第二。可持续投资研究机构Scoris及Handelsblatt商报第三次公布了该排名。



巴黎：2007年，同前几年一样，伊莎贝尔可持续性指数先锋等级（Pioneerclass）列入了全球200家公司，汉高就是其中一家。



纽约/巴黎：来自Innovest的可持续性分析师及战略价值顾问授予了汉高投资基金AAA的评级。



苏黎世：2007年春，苏黎世国家银行授予了汉高最高AAA的评级。



米兰：汉高被再次列入了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。



汉堡“创始之父”与顾问董事会。2007年9月，汉高被列入了新全球挑战指数，汉高是全球被列入该指数的50家公司之一。该指数的发起人为BÖAG Börsen AG公司以及可持续性评级机构Oekom研究公司。



巴塞尔：2007年，Sarasin银行对汉高可持续性绩效评估为“高”。

**Good Company Ranking** 汉堡：2007年，汉高在120家欧洲大型公司的优秀公司评级中位居第二，经理人杂志、德勒以及Kirchhoff咨询名列其后。

## 可持续性发展报告

2007年，在Econ Verlag出版社及Handelsblatt商报首次公布的评级当中，我们2006年的可持续性发展报告获得了铜奖。

环境及可持续性交流学院(INFU)在互联网上将汉高就可持续性发展的交流作为德国法兰克福指数30家上市公司中的典型示范。在本年度的报告评级中，生态经济研究学院在150家德国公司当中将我们的报告排名为14。



# 联系信息与出版信息

## 联系方式与人员名单

请登陆以下网站来获取更多关于汉高可持续性发展报告的信息:

[www.henkel.com/sr2007](http://www.henkel.com/sr2007)

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

此外,自1992年以来的所有可持续性发展报告都可以在汉高的网站上下载。我们还在网站上公布了GRI指数,其指的是该可持续性发展报告中的全球报告倡议(GRI)、年度报告以及网站上公布的指标。

### 中国企业联系方式

电话: +86 21 2891-8150

传真: +86 21 2891-8943

电子邮件: [george.zhu@cn.henkel.com](mailto:george.zhu@cn.henkel.com)

### 研发与可持续性沟通

电话: +49 (0)211-797-9336

传真: +49 (0)211-798-5598

电子邮件: [wolfgang.zengerling@henkel.com](mailto:wolfgang.zengerling@henkel.com)

### 可持续性事务管理

电话: +49 (0)211-797-3680

传真: +49 (0)211-798-9393

电子邮件: [uwe.bergmann@henkel.com](mailto: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](mailto:oliver.luckenbach@henkel.com)

### 企业公民 / 汉高“微笑”

电话: +49 (0)211-797-6899

传真: +49 (0)211-798-4040

电邮: [kai.von-bargen@henkel.com](mailto:kai.von-bargen@henkel.com)

### 网址

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

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

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

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

## 人员名单

由Henkel KG a A,40191 Düsseldorf,德国

© 2008 Henkel KGaA出版

### 编辑工作与整理:

研发与可持续性沟通:

Jan-Dirk Seiler-Hausmann, Wolfgang Zengerling

企业安全、健康与环境及产品安全:

Uwe Bergmann, Ines Biedermann,

Norbert Fedtke, Christine Schneider博士

### 英语翻译、整理、校对:

上海嘉赛信息科技发展有限公司

设计: Kuhn, Kammann & Kuhn AG, Cologne

排版: workstation gmbh, Bonn

照片: Andreas Fechner, Peter Svec, Wilfried Wolter,

Henkel, Paul Langrock, Jian Xu, Yao Xu

打印: Shanghai Sunshine Communications Co., Ltd.

PR: 08 08 3.500

ISBN: 978-3-923324-44-6



该可持续性报告于上海印刷,使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。根据高品质的工作健康与安全标准,该印刷册可以折叠捆绑,便于回收,并用汉高3218型号背胶以及2415型号侧胶封订。打印墨水不含重金属。

所有的产品名称都是杜塞尔多夫(Düsseldorf)汉高KGaA或其子公司的注册商标。

Perlon是德国Lanxess GmbH的注册商标。

本资讯信息内容包含Henkel KGaA管理层基于当前估计预计和假设而做的前瞻性声明。此类声明的典型性用词包括预计、旨在、计划、推测、认为、相信、估计、预料等类似说法。此类声明绝不能被理解为对期望性说明成为确切事实的保证。Henkel KGaA及其附属机构未来实际取得的业绩和结果受大量风险与不确定性而定因素影响。可能与这些前瞻性声明迥然不同,因为众多因素所以,本质上,远期陈述可能略有不同。有许多因素并不在汉高的控制之下,无法提前准确加以预测,例如未来经济环境和市场上的竞争对手及其他相关人的行为等。汉高无意也不承诺更新任何前瞻性声明。



**Henkel**

*A Brand like a friend*