



取自全球 健康全家

诚信比聪明更重要

汤臣倍健

2010-2012 企业社会责任报告

2010-2012 BY-HEALTH Corporate Social Responsibility Report



汤臣倍健股份有限公司

地址：广东省珠海市金湾区三灶科技工业园星汉路19号
电话：0756-7517200

汤臣倍健股份有限公司广州分公司

地址：广东省广州市萝岗区科学城科学大道中99号科汇三街3号
电话：020-28956600
汤臣倍健企业网：www.by-health.com.cn

 本报告以电子版为主，纸质版采用环保纸制作。
Fa31532-01

CSR

报告说明

时间范围

由于是首次发布，报告在时间跨度上以2010年1月1日-2012年12月31日为主，并适当溯及到公司发展中的重要年份。

编写依据

参照全球报告倡议组织GRI《可持续发展报告指南》(G3.1版)、国际标准化组织《ISO26000: 社会责任指南》以及深圳证券交易所《上市公司社会责任指引》，并结合汤臣倍健的具体实践进行编写。

报告范围

本报告内容涵盖汤臣倍健股份有限公司及子公司广州市佰健生物工程有限公司、广州市奈梵斯健康产品有限公司和广东佰嘉生物科技有限公司，主要描述在公司治理、价值创造、环境保护、员工、供应链、社区和公益慈善等方面的社会责任。

数据说明

本报告全部信息数据来自于公司正式文件、统计报告与财务报告，以及股份公司及各子公司各职能部门社会责任方面的实践信息。

报告获取

《2010-2012汤臣倍健企业社会责任报告》纸质版和电子版（出于环保考虑，主要以提供电子版为主）可通过以下渠道获取：

汤臣倍健股份有限公司 公共事务部

广东省广州市萝岗区科学城科学大道中99号科汇三街3号

邮政编码：510663

电话：020-28956600

传真：020-28957905

电子邮件：CSR@by-health.com

本报告电子版可在汤臣倍健官方网站www.by-health.com.cn下载阅读

目录

公司致辞	02	社会责任	39
关于我们	04	消费者	40
企业简介	04	员工	42
战略与愿景	05	经销商	45
核心价值观	06	供应商	46
公司治理	07	公益慈善	47
		社区发展	50
责任管理	08		
社会责任管理	08	未来展望	51
利益相关方	09	大事记	52
		奖项与荣誉	54
责任专题	11	第三方证言	56
全球营养，全球品质	12	GRI指标索引	58
透明工厂，诚信责任	14	意见反馈表	62
经济责任	18		
品牌成就	19		
经营绩效	21		
科研开发	23		
品质管理	28		
环境责任	32		
绿色愿景	33		
节能减排	34		
循环利用	36		
环保公益	37		

诚信比聪明更重要

汤臣倍健在很早就确立了企业核心价值观：“尊重每个人，享受每一天”。我们尊重身边的每一个人、企业的每一个利益相关方（股东、员工、合作伙伴、消费者、社区等），致力提供一个利益相关者共同实现自身价值、利益、梦想最大化的平台。汤臣倍健也希望建立一个容忍差异、消弭冲突、尊重个性、富有弹性、汇聚个体智慧的快乐组织。我们相信“尊重”是构建平等的桥梁，而“享受”是释放快乐的风帆，两者结合是让世界更美好的力量。

汤臣倍健也一直秉持“诚信比聪明更重要”的经营理念，我们认为诚信是企业社会责任的基石。如对消费者尽责诚信，就是要把品质做到最好，为此我们确定“取自全球、健康全家”的品牌理念，确立了“全球原料三步走”的全球采购战略，建设并启用了“透明工厂”，让“阳光与透明”来监督和检验汤臣倍健产品品质，让消费者眼见为实。

“地球是天然的营养园”，我们也十分重视环境保护与节能减排，在工厂构建一级标准的污水处理系统，并将处理达标的水进行循环利用等；我们也与媒体及公

益机构共同发起“快乐骑行、留下洁净”、“播种全球植物、妆绿我的生活”微环保活动，并积极响应“地球一小时”等环保公益行动，为我们的地球母亲减负增绿。

“既以为人已愈有，既以与人己愈多”，我们相信“每个生命不管在哪里度过，都具有同等价值”，“获得越多，也被寄予更多”。我们尊崇生命的平等，希望给有需要的人提供多一些的机会。我们也认为，公益和慈善也是汤臣倍健创造财富的动因之一。帮助别人其本质更是帮助自己，在帮助别人中获得快乐，在帮助别人中获得成长。

最后，希望用我们一贯以来的诚信、坦诚与透明，搭建起与各利益相关方沟通的桥梁，希望从全球原料到透明工厂，打造一个不一样的汤臣倍健、可信赖的汤臣倍健。



BY-HEALTH



企业简介

Company Profile

汤臣倍健创立于1995年10月，2002年系统地将其膳食营养补充剂引入中国非直销领域，并迅速成长为中国膳食营养补充剂领导品牌和标杆企业，也是中国保健行业第一家AAA信用等级企业。2010年8月，国际篮球巨星姚明签约成为汤臣倍健的形象代言人，同年12月15日，汤臣倍健（股票代码：300146）在深圳交易所创业板挂牌上市。

多年来，汤臣倍健一直执行“三步走”的差异化全球品质战略，从全球原料采购到全球原料专供基地建立，再到全球自有有机农场建立。截止2012年底，汤臣倍健原料进口比例达到76.41%，这个比例还在不断扩大中。2012年，汤臣倍健位于巴西的首个全球原料专供基地正式签约，未来还将考虑在全球范围建设自有的有机农场。

2012年6月，汤臣倍健珠海生产基地第三期厂房落成，不但在产能和硬件上成为亚洲最先进的膳食营养补充剂专业生产基地之一，并率先在行业内以更加透明的方式公开原料和生产过程，希望打造成行业透明工厂的标杆，以诚信见证汤臣倍健的“全球原料，全球品质”。

今天的汤臣倍健建立了全面、科学的膳食营养补充体系，包括：蛋白质、维生素、矿物质、天然动植物提取物及其它功能性营养补充食品；在中国已有超过30000个销售终端和近600家营养中心分布在各大中城市，成为中国膳食营养补充剂领导品牌。

“尊重每个人，享受每一天”是汤臣倍健的核心价值观。

汤臣倍健相信，诚信比聪明更重要；汤臣倍健追求快乐工作、快乐生活；汤臣倍健提倡“创新无止境”；汤臣倍健尊重个体价值，汇聚团体智慧……尊重，创新，诚信，快乐，团队——成就汤臣倍健个性鲜明的企业精神。

“每个生命不管在哪里度过，都具有平等的价值”，汤臣倍健尊崇生命的平等，希望在环保及公众营养与健康方面承担起更多的社会责任。2005年，汤臣倍健启动1+1+1希望工程计划，至今已经捐建10所希望小学；2011年，汤臣倍健启动“健康快车营养中国行”大型公益活动；2012年，汤臣倍健启动“贫困地区儿童营养改善项目”……

2011年6月，公司制定了《2011-2015年度经营规划纲要》，为保持“健康、持续、快速”发展提出了明确的目标与实施途径。

秉持“取自全球，健康全家”的品牌理念，打造极具个性的全球化品质，汤臣倍健致力成为膳食营养补充剂行业领导企业之一。

从全球原料到全球品牌，这就是不一样的汤臣倍健……

原料进口比例

76.41%

销售终端超过

30000个

营养中心近

600家

战略与愿景

Strategy and Vision

“若干年后，当人们谈论起汤臣倍健，或许已经忘记她是哪个国家的，汤臣倍健汇聚了全球营养品的精髓，是营养品的‘联合国’”。

——汤臣倍健

2011年公司制定了《2011-2015年度经营规划纲要》，作为公司发展战略的纲领性文件，为未来五年保持“健康、持续、快速”发展提出了明确的发展目标与实施路径。该战略纲要主旨在于不断打造与提升公司的核心竞争力，做强做大做优膳食营养补充剂主业，打造“营养品的联合国”。2012年3月3日，汤臣倍健董事长梁允超代表管理层在广州分公司科学城新址启用仪式上做了《全新的梦想，不变的价值观》的讲话，明确提出了汤臣倍健事业的“梦想三部曲”。

在众多企业模式仍然为“中国的原料、外国的品牌、外国的市场”的今天，汤臣倍健执行的却是完全相反的一条道路，即“全球的原料、中国的品牌、中国的市场”。2012年4月，公司正式更名为“汤臣倍健股份有限公司”，海外知名品牌的收购按计划推进当中，不一样的汤臣倍健全球化路线开始实施。



核心价值观 Core Values



尊重每个人，享受每一天

- R**espect 尊重
- I**nnovation 创新
- G**ood Faith 诚信
- H**appy 快乐
- T**eam 团队

尊重

尊重是一种力量，让我们更接近生命本质的平等。我们尊重每一位股东、投资者、管理者、员工、供应商、经销商、顾客，致力提供一个利益相关者共同实现自身价值、利益、梦想最大化的平台。我们尊重我们所处的社区（社会），依法纳税，提供就业机会，主动承担社会责任。

诚信

我们相信诚信比聪明更重要。在信息不对称的情况下，诚信和透明显得尤为重要。坦诚相待、说到做到，降低沟通成本；正视不同意见，一旦达成一致，坚决贯彻执行。透明是一种信心，更是一种责任。

创新

我们深知，没有学习就没有创新；没有创新，企业就没有持续竞争力，因此，汤臣倍健提倡“创新无止境”，并努力追求在既有的条件下将事情做到最好。

团队

汤臣倍健强调团队协作精神。用企业的流程化能力取代个人英雄主义。汤臣倍健同样尊重个体的内在需求和选择，注重个体感受，肯定个体价值。倡导建立在共同价值观上的事业经理人。

快乐

汤臣倍健倡导的“快乐”不以物质为起点，不以物质为目标。快乐就是快乐，快乐没有任何目的。汤臣倍健希望建立一个容忍差异，消弭冲突，尊重个性，富有弹性，汇聚个体智慧的快乐组织，以快乐奋斗取代艰苦奋斗。

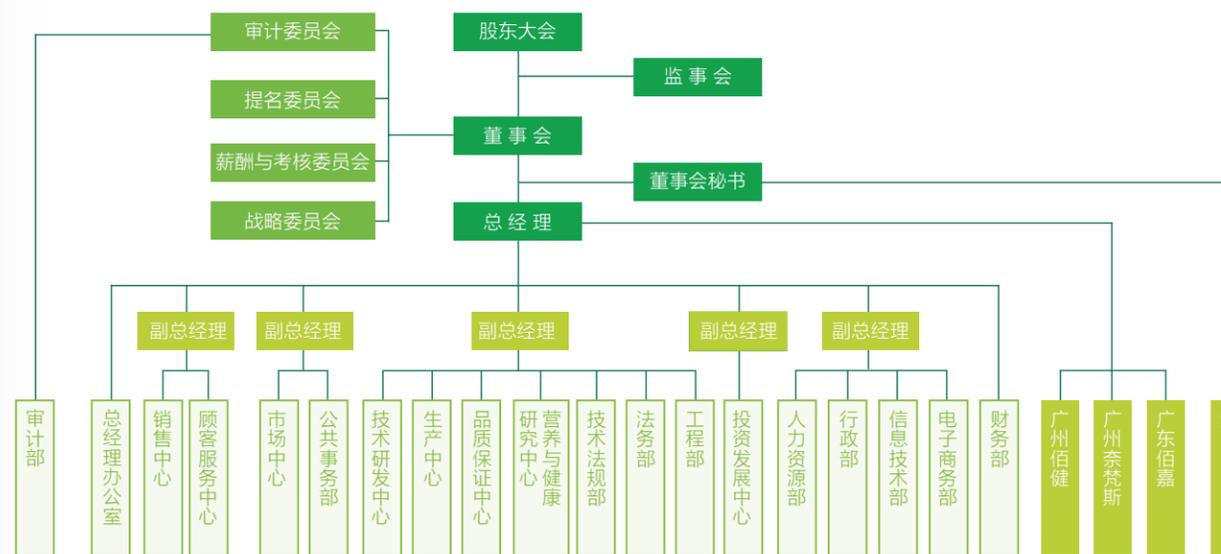
公司治理 Company Governance

汤臣倍健作为上市公司，严格按照《公司法》、《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》及《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等法律法规要求，建立现代企业管理制度，设立股东大会、董事会和监事会等机构。股东大会是公司的权力机构，董事会是公司经营管理的决策机构，董事长为公司法定代表人，监事会负责对公司的管理和运营进行监督。董事会下设审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会和战略委员会。公司设立总经理办公室，全面管理公司的具体运营事务。



公司高管在科学城的合影

组织架构



社会责任管理 CSR Management

汤臣倍健理念

核心价值观:
尊重每个人，享受每一天

企业愿景:
打造“营养品的联合国”

企业使命:
为健康人管理健康

品牌理念:
取自全球，健康全家

经营理念:
诚信比聪明更重要

公司风格:
快乐工作、快乐奋斗

公益理念:
既以为人己愈有，既以与人己愈多

CSR

经济责任 环境责任 社会责任

经济责任
经营绩效
科研开发
品质管理

环境责任
节能减排
循环利用
环保公益

社会责任
消费者 供应链管理
员工发展 公益慈善
客户关系 社区参与

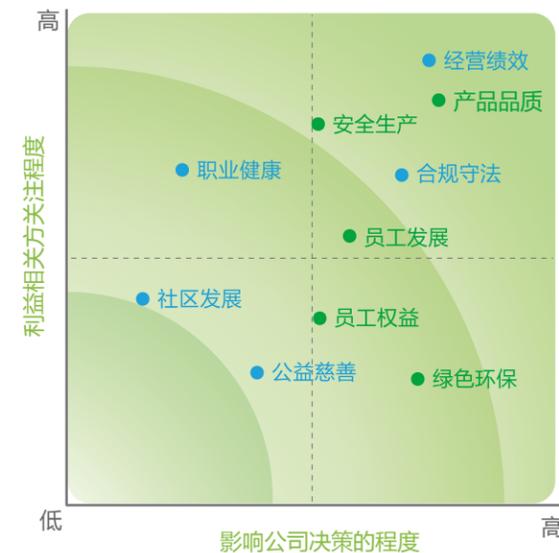


利益相关方 Stakeholders

社会责任重大议题识别

汤臣倍健非常重视社会责任重大议题的管理，并深知这些重大议题对公司发展的重要性。根据公司发展战略和管理现状，在与利益相关方充分沟通的基础上，明确了公司所面临的重大议题的应对措施迫切程度，为公司在社会责任管理方面提供依据。

汤臣倍健所面临的重大议题：经营绩效、产品品质、合规守法、员工发展、安全生产、绿色环保、员工权益、职业健康、公益慈善、社区发展。



汤臣倍健的利益相关方



利益相关方沟通

利益相关方	期望与要求	参与方式
政府	遵纪守法，依法纳税，创造就业，安全生产，环境保护	参与政策法规制定，参加会议，工作汇报
消费者	提供高品质高性价比的产品，提供良好的服务，产品安全	产品销售，售后服务，消费者互动
经销商	诚信合作，互利共赢，提供良好的生意机会和事业发展平台	密切沟通，经销商大会，业务能力培训，提供产品服务信息
供应商	遵守商业道德，履行合约，合作共赢，长期合作	供应商审核，合作项目，供应商大会
股东/投资者	持续提高公司价值，减少风险，稳健经营，股东回报	股东大会，信息及时披露，财务报告
员工	维护员工权益，提供稳定的就业机会，职业发展规划，有竞争力的薪酬福利，良好的工作环境	员工代表组织，建立沟通渠道，满意度调查，员工活动
行业协会	诚信经营，品质保证，同行业交流互动，信息共享	参加会议，项目合作，行业标准制定
媒体	信息透明，接受监督，回应社会关切	新闻发布会，接受采访，及时发布企业信息
社区	支持公益事业，保护环境，促进当地社区的发展	开展公益和环保项目，志愿者
NGO	支持NGO的发展，履行社会责任	公益项目合作，参与会议



全球营养 全球品质 不一样的汤臣倍健
 Global Nutrition, World-Class Quality
 —— BY-HEALTH is making a difference

全球营养 全球品质

Global Nutrition, World-Class Quality

“膳食营养补充剂品质的关键首先就是原料的控制。”

“在普遍同质化中追求品质差异化优势，在全球范围内甄选各具特色的高品质原料，这就是不一样的汤臣倍健！”

——汤臣倍健

全球原料“三步走”战略

第一步：全球原料采购

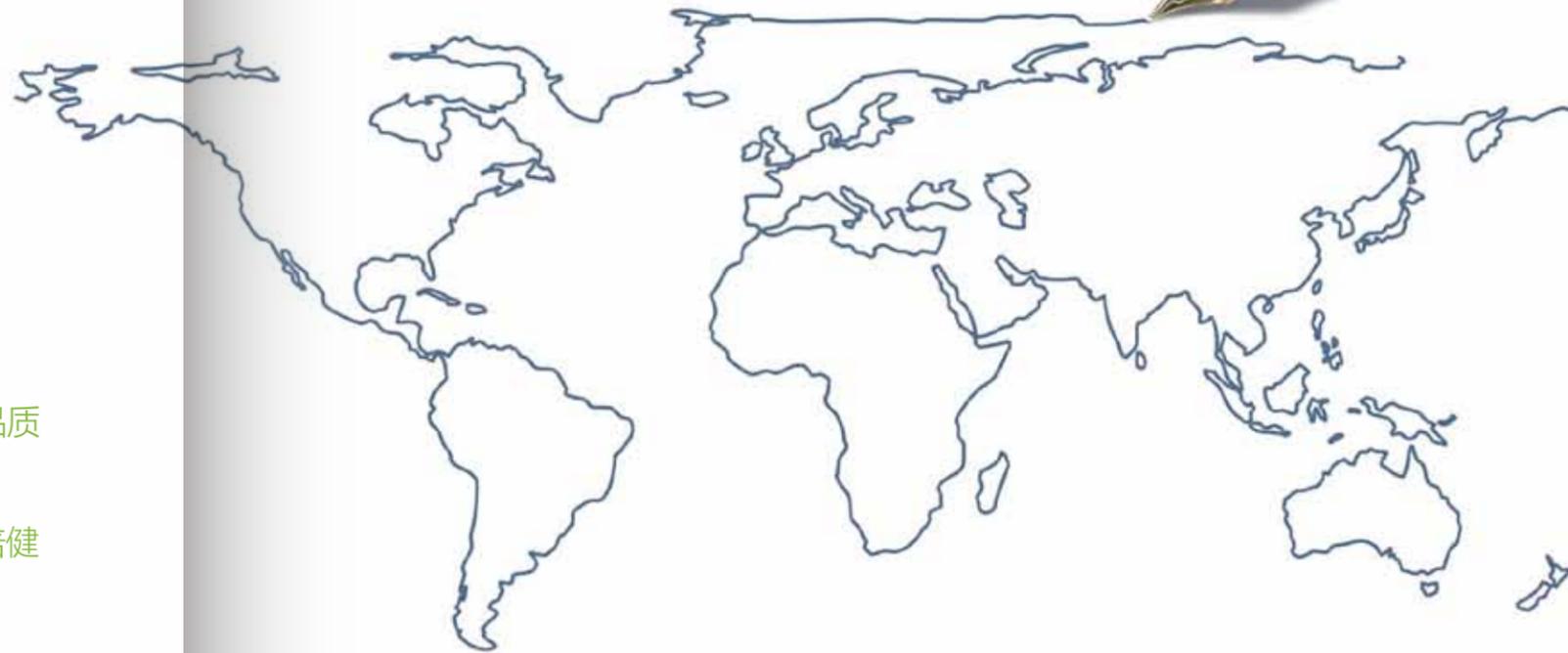
不同地区、不同季节的动植物存在巨大的差异。汤臣倍健恪守一套近乎苛刻的原料来源审核制度，充分考虑到原料种植或饲养的环境因素，在全球范围内精选最合适的各种原料。

至今，数十种主要原料和辅料进口自新西兰、巴西、挪威、冰岛、美国、法国、德国、瑞士、澳大利亚等十数个国家和地区。

截止2012年底，公司原料进口比例达到76.41%，这个比例还在不断扩大中。



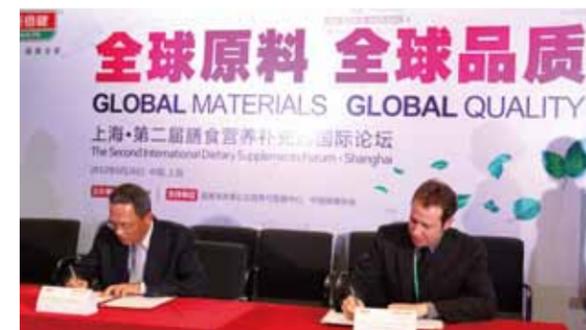
蜂胶软胶囊 绿蜂胶 巴西	鱼油软胶囊 鱼油 挪威、冰岛	大豆磷脂软胶囊 大豆磷脂 美国	苹果醋糖果片 苹果醋粉 法国	天然维生素E软胶囊 天然维生素E 美国	天然β-胡萝卜素软胶囊 β-胡萝卜素 澳大利亚
牛初乳粉/片 牛初乳粉 新西兰	牛初乳加钙咀嚼片 牛初乳粉 新西兰	胶原蛋白粉/胶原蛋白糖果片 胶原蛋白粉 法国	胶原软骨素钙片 胶原蛋白粉 法国	果蔬纤维咀嚼片 水溶性膳食纤维 日本	蜂王浆胶囊 蜂王浆冻干粉 澳大利亚
角鲨烯软胶囊 角鲨烯 澳大利亚	针叶樱桃糖果片 针叶樱桃粉 巴西	小麦胚芽油软胶囊 小麦胚芽油 法国	鱼油牛磺酸软胶囊DHA 金枪鱼油 挪威、冰岛	蛋白质粉 乳清蛋白 新西兰	乳矿物盐压片糖果 乳矿物盐复合粉 新西兰
乳清蛋白固体饮料 乳清蛋白 新西兰	辅酶Q10天然维生素E软胶囊 辅酶Q10 日本、天然维生素E 美国				



第二步：全球专属原料基地

在2011-2015汤臣倍健第一个五年经营规划内，计划在巴西、新西兰、美国等地构建几大专属原料供应基地，为汤臣倍健提供优质的原料。

2012年6月，汤臣倍健正式与巴西Duas Rodas公司签署针叶樱桃原料专供基地协议，这是汤臣倍健的首个全球原料专供基地，位于巴西东北部，面积30万平方公尺。同一时间与巴西Apis Flora公司签署巴西绿蜂胶独家采购协议，对巴西绿蜂胶这种地域性高品质原料具有了可控性和独占性。汤臣倍健在“全球原料三步走”战略中迈出了重要的一步。



第三步：全球有机农场

未来汤臣倍健将考虑在全球范围建设自有的有机农场，持续保持汤臣倍健产品的高品质和差异化优势。



透明工厂 诚信责任

Transparent Factory, Integrity & Responsibilities

“诚信比聪明更重要。”

“透明工厂是一种信心，更是一种责任。”

——汤臣倍健



2012年全新投产的汤臣倍健三期厂房，年生产能力达到片剂50亿片、软胶囊30亿粒、硬胶囊5亿粒，袋包粉剂2.5亿袋、罐装粉剂1500万罐……不但在硬件上成为亚洲当之无愧的、领先的膳食营养补充剂专业生产基地之一，更希望打造成行业透明工厂的标杆！



原料全透明，全球原料看得见

我们在产品标签上注明使用进口原料品种的具体生产国，将国内外主要原辅料的供应商名录在展厅中列表公布。进入汤臣倍健透明工厂，码放于高架立体仓库中的原料一目了然，甚至可以查询到每一瓶产品所用全部原辅料的详细来源地、批次、通关口岸、检验卫生证书和产品流向等等。公众可以现场见证全球十数个国家、100多个供应商的优质原料。



从进口到出品追踪溯源，全球原料有迹可循

汤臣倍健首创“全球原料追溯系统”，配备先进的WMS（仓库管理系统）、MES（生产制造执行系统）、防伪追踪系统，采用RF（无线射频）技术和全方位的条码管理，实时采集数据，全程记录从物料入库、存储、领料、生产、检验到销售等各个环节，形成从原料跟踪至成品、或成品反溯至原料的可查询体系。



生产过程全透明，全球品质看得见

透明的生产环节

我们将以透明的方式将汤臣倍健的原料和生产全过程置于公众视线范围。从原料仓库到生产线、从生产环节到实验室检测……让“阳光”来监督和检验汤臣倍健产品品质，让消费者眼见为实。



先进的生产设备

汤臣倍健“透明工厂”引进10多个国家超过150台国际知名品牌的生产及辅助设备。这些设备主要包括：德国FETTE压片机、德国BOSCH胶囊充填机、加拿大TECHNOPHAR压丸机、韩国BOCHANG压丸机、瑞士BUHLER快速混合机、瑞士METTLER TOLEDO自动检重秤、英国DOMINO激光喷码机等；辅助设备也大部分采用全球知名品牌设备，如：意大利SAIVER空调机组、美国ATLAS无油空压机、瑞典MUNTERS转轮除湿机、美国YORK的冷水机组等。



走进“透明工厂”

汤臣倍健不间断的通过各种渠道邀请公众现场参观。进入汤臣倍健透明工厂，即可近距离观看到每一个核心的生产过程、原料与成品的检验环节……零距离感受汤臣倍健透明工厂的全球品质。自2012年6月透明工厂落成以来，已有近5000位来宾莅临参观，其中包括政府领导、行业竞争企业、供应商、经销商、市场人员、消费者、媒体及其它行业龙头企业等。

公众通过汤臣倍健营养网和官网，也可观看视频了解“透明工厂”从原料存贮、生产到检验的每一个环节。

莅临参观透明工厂人数已近

5000 位



万名观察员见证汤臣倍健透明工厂



国内外主要原料供应商列表公布



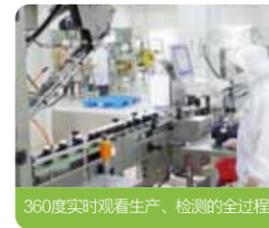
国际奥委会副主席杰哈德·海博格一行走进汤臣倍健的珠海生产基地，实地考察汤臣倍健“透明工厂”。



来自全国的消费者观察员在零距离见证汤臣倍健的生产过程。



在汤臣倍健全球原料高架立体仓库，海博格先生亲眼见证了来自全球的原料。



360度实时观看生产、检测的全过程



品牌成就 Brand Success

品牌理念：取自全球，健康全家

汤臣倍健长远的品牌战略是不断强化品牌的核心竞争优势，以品牌为核心整合整个产业价值链。经过多年的培育和推广，“汤臣倍健”品牌正逐步由强势的渠道性品牌向知名的大众消费品牌过渡，品牌知名度和美誉度不断提升，成为中国膳食营养补充剂领导品牌。

2004年汤臣倍健确定“取自全球，健康全家”的品牌理念。2006年3月，签约世界冠军刘璇为形象代言人，启动品牌差异化战略。2010年8月，签约国际篮球巨星姚明为品牌代言人，启动由渠道性品牌向大众知名品牌转型的战略。2009年2月，荣获“公众营养与发展中心营养健康倡导产品”称号。2010年12月，公司在深交所创业板成功上市。2012年4月，“汤臣倍健”商标被国家工商行政管理总局商标局认定为中国驰名商标。

秉持“取自全球，健康全家”的品牌理念，打造极具个性的全球化品质，汤臣倍健致力成为膳食营养补充剂行业领导企业之一。从全球原料到全球品牌，这就是不一样的汤臣倍健……



经济责任 Economic Responsibility

汤臣倍健践行发展与责任同行，通过努力经营持续提升业绩，支持科研创新，力求高品质产品，以透明管理和诚信经营回报投资者。汤臣倍健致力于为利益相关方提供共同实现自身价值、利益和梦想最大化的平台。

■ 汤臣倍健品牌体系

目前，公司拥有提供全系列营养补充剂产品的主要品牌“汤臣倍健”，旨在为全家提供全面、系列的膳食营养产品，满足全家人一站式需求。另外还有针对不同细分市场和专业品牌，如定位为骨骼健康等细分领域的单品“健力多”、针对高端市场和人群的产品品牌“十一坊”、针对孕婴童的专业品牌“顶呱呱”。未来还将推出针对运动员、健身塑身人士需求的专业运动营养产品，开发专门用于连锁店销售的膳食营养补充剂及健康相关产品，同时针对部分顾客的需求开展个性化产品定制，形成品类齐全、满足不同消费者需求的产品结构。



■ 全系列产品架构，满足全家人需求

汤臣倍健拥有全面、科学的膳食营养补充体系，包括：维生素、矿物质、天然草本提取物及其他功能性营养补充食品；按照辅助功能划分，涵盖了增强免疫力、提升精力、改善睡眠、运动健康、美容营养等不同功能；从心脑血管系统到骨骼关节，从消化系统到肝脏健康，无论老人、儿童、年轻女性、上班一族、孕妇，每个人都能找到自己的健康需要。



经营绩效 Operating Performance

面对增长压力，汤臣倍健认为增长质量远比增长速度更为重要。以健康为前提，以持续为指导，以快速为目标，通过实施高品质和差异化发展战略，施行市场精细化管理，近年来公司取得了健康、持续、高速发展。汤臣倍健以自身的高增长，为行业发展贡献了积极健康的力量。同时，也拥有了更多的能力，创造着更多的社会价值。



■ 全国领先的销售终端

截至2012年底，公司销售终端数量超过30,000多个。公司产品成功进入了96家全国百强连锁药店和41家全国百强商业超市，在同行业中零售终端规模处于领先地位。



销售终端

■ 行业唯一上市公司

2010年12月15日，汤臣倍健股票在深圳交易所创业板挂牌上市，以110元/股的发行价格和115倍的市盈率创下A股发行“双过百”的历史纪录。汤臣倍健亦是行业唯一一家上市公司。公司在资本市场的良好表现，也让越来越多的投资者认同行业和公司的发展前景。



上市敲钟仪式

■ 股东权益保护

完善公司治理，保障规范运作

2012年，公司启动了全面内控的重要项目，确定了内控建设计划方案及内控工作时间表，确立了以董事长为领导的内控领导小组及以公司日常经营团队为主要成员的项目小组。该项目旨在为上市公司搭建不断完善且优化的内部控制体系，促进公司规范运作和健康发展，保护投资者合法权益。

履行信息披露义务，增强公司透明度

公司的信息披露以真实、准确、完整、及时、公平为披露原则，保证所有股东以平等的机会获得信息，从而防范、减少投资风险，2011年度公司信息披露工作获得深圳证券交易所“优秀”评级，2011年获得新财富“金牌董秘”称号。

健全利润分配政策，持续回报投资者

公司一贯重视对投资者的合理回报，坚持为股东创造价值的核心理念。

2010-2012三年数据对比

单位：元

分红年度	现金分红金额 (含税)	分红年度合并报表中归属于上市公司股东的净利润	占合并报表中归属于上市公司股东的净利润的比率(%)
2012年	131,232,000.00	277,145,323.30	47.35%
2011年	109,360,000.00	177,768,037.14	61.52%
2010年	54,680,000.00	84,853,163.48	64.44%

深化投资者关系管理，积极维护股东利益

公司董秘办及证券部作为投资者关系管理的具体实施机构，致力于以更好的方式和途径使广大投资者能够平等地获取公司经营、未来发展等信息，构建与投资者的良好互动关系，提升股东的信任度。通过建立投资者数据库，及时将公司信息推送给投资者；开通投资者服务热线和专用传真，方便与投资者电话沟通；预约现场调研（参观公司办公总部和珠海“透明工厂”），与投资者面对面交流互动；加入深圳证券交易所“互动易”平台，在线及时解答投资者问题。上市以来，公司共接待六十余批次，七百余人次的现场调研。多种途径打造和树立公司诚信、透明的形象，最大限度维护投资者权益。

科研开发 Research & Development

“决不生产我们没有信心的产品”

——汤臣倍健



■ 技术研发

截止到2012年12月31日，公司研究开发人员147人，占职工总数的

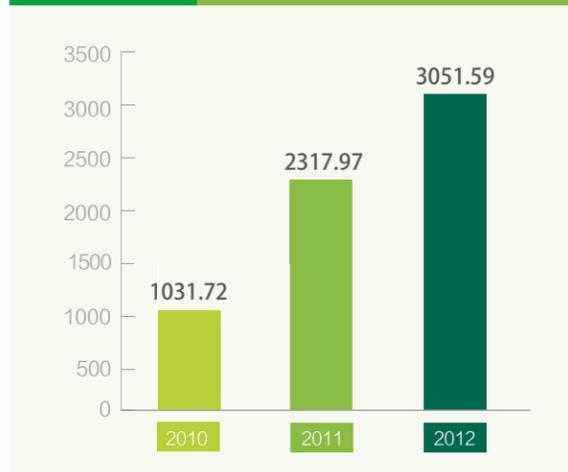
10.9%

科研投入

一直以来，汤臣倍健都极为重视对产品的科研投入。自2009年以来，汤臣倍健每年将营业收入的3%左右投入于新产品、新材料及新工艺研发。2010年至2012年公司研究开发经费分别为1031.72万元，2317.97万元和3051.59万元，分别占当年销售比例2.98%、3.52%和2.86%。目前有数千种来自全球的营养成分都已纳入汤臣倍健的研究范围，经过组方研究、产品检测、毒理实验、稳定性测试、体外试验、动物实验以及人体试食等层层把关，将更天然的产品带给消费者。

研发经费对比

单位：万元



科研体系

为了在科研方面与行业发展保持同步，公司形成了由省级企业技术中心、技术研发中心、品质保证中心、营养与健康研究中心、企业科技特派员工作站和依托企业建设的市级工程技术研究中心以及高等院校等方面的科技力量组成的科研体系，综合利用各机构和部门的专业水平，以提升科研实力。

研发新产品超过

100个

获国家保健食品批文

51个

专利申请

21项

科研成果

经过多年的建设，汤臣倍健依托国内一流、稳定、创新、高效的研究开发团队，在专利发明、产品研发、科技项目承担与技术成果转化方面取得了斐然的成绩。公司共研发新产品100多个，其中已获国家保健食品批文51个，普通食品和QS产品40个，正在研发的保健食品和营养素补充剂为40多个；技术成果转化28项；专利申请21项，其中发明专利7项，实用新型专利10项，外观专利4项；获批专利15项，其中发明专利2项，外观专利3项，实用新型专利10项；承担省科技项目3项，珠海市科技项目2项。

6S标准

S1探寻 (Search)

汤臣倍健根据世界各地的科学期刊、临床研究数据和文献进行科学评估，并与世界各大原料研发机构保持密切的沟通，将安全有效的营养成分运用在产品中，确保每一种营养成分都符合安全、有效、高品质的严格标准。

S2来源 (Sourcing)

不同地区、不同时节动植物存在巨大的差异，包括气候条件、土壤中的养分和毒素、昆虫、农作物种植周期、阳光照射量、温度等等。汤臣倍健在全球范围内精选最合适的各种原料，并依据需要深入原料产地进行研究，而不会只依靠供应商来控制质量。

S3安全性 (Safety)

汤臣倍健采购每一种原料，都对其组成进行深入研究分析，不仅仅是为了产品的有效性，也是为了杜绝可能的不安全成分进入产品中，为每一种原料制定更严格的内控标准。

S4协同配方 (Scientific Formula)

自然界的万物相生相克，达到天然平衡，各种营养素在人体内同样存在协同或拮抗作用。汤臣倍健对各种原料进行大量研究，科学组方，并提出合理食用建议，保证产品的协同效应和安全性。

S5标准化 (Standardization)

许多动植物营养素，受其原料来源的差异、气候的变化、空气和土壤的品质、收割及仓储技术等的影响，外观、色泽甚至主要营养成分含量出现不稳定的现象普遍存在，汤臣倍健制定严格的原料质量标准、标准化的生产工艺及检测方法，确保产品质量均一、稳定。

S6实证 (Substantiation)

汤臣倍健的每一种产品都经过高标准的科学测试，在自行测试的同时邀请第三方专业机构做更公正的测试。产品的功能诉求皆取自科学界所认可之文献及临床试验证实有效的报告，坚持用科学测试结果而不是个人见证作为研发依据。



■ 营养与健康研究中心

汤臣倍健营养与健康研究中心拥有一支资深的专家顾问团队，为企业的营养科教和产品宣传提供专业审核，并根据来自健康快车等第一手调研数据，统计分析得出国民健康报告，还从基础营养、常见慢性疾病与营养防治分析、个性化配方设计、创新性健康科普教育等方面，实现不同种类与层次的深度研究，为企业展示科技实力的窗口。

■ 营养科学研究基金

从2012年开始，汤臣倍健专门设立营养科学研究基金（下称“基金”），以期吸引和调动科技资源在膳食营养补充剂产业及相关领域的研究工作。

基金主要用于支持科研项目，资助膳食营养补充剂的研发创新和实践应用研究，进行产学研项目合作。涉及范围包括传统营养素的功效研究、植物化学物的功效研究、营养素与疾病预防、不同人群营养科普教育与健康普查等。同时基金将不定期支持举办或协办学术论坛和会议，加强学术交流、及时更新信息，了解学术进展，促进产学研结合和加快行业的健康发展。2012年基金投入100万，分别资助辅酶Q10、胶原蛋白和鱼油的营养功效研究，今后基金将持续投入并加大对科研的支持。



■ 保健食品批文储备

为实现持续、长久、规范经营，汤臣倍健投入巨资加强保健食品批文的申报及储备，截至2012年12月31日，公司已拥有51个保健食品批文。另外处于注册评审阶段的24个，开发试验阶段的40多个。迄今为止，汤臣倍健已成为行业内拥有保健食品批文最多的品牌之一。

■ 科研合作

为了提升科研水平，公司与行业专业机构、高等院校保持紧密的合作，并与中国营养学会、广东省营养学会、中山大学、广东省药学院等机构保持密切交流，聘请行业资深专家组成公司的专家顾问团，紧跟行业发展动态，促进公司科研水平的发展。2012年公司与中山大学公共卫生学院签约成立“汤臣倍健快乐奖学金”，推动我国营养与食品安全教育事业，鼓励优秀人才投身营养与食品安全事业。

■ 所获奖项

2011年9月，汤臣倍健企业技术中心被正式认定为广东省省级企业技术中心。

2012年3月，汤臣倍健获得“珠海市工程技术研究开发中心”称号。

2012年4月，汤臣倍健获评“广东省民营企业创新产业化示范基地”。



品质管理

Quality Management

“如同对待自己初生婴孩般的态度对待消费者。”

——汤臣倍健

质量管理体系

公司已经获得GMP保健食品良好生产规范、ISO9001质量管理体系和ISO22000食品安全管理体系的认证。为了更好的推行这些质量管理体系，公司内部建立了体系管理小组，负责具体事宜的推动与执行。每年按照相关体系的要求进行至少4次内部审计，并接受第三方认证公司的监督审核，以期持续改进，保证体系的有效性、适宜性、符合性。

汤臣倍健所获认证

认证名称	内容	认证国家
ISO22000	《食品安全管理体系要求》认证	瑞士
ISO9001	《质量管理体系要求》认证	中国
GMP	保健食品良好生产规范	中国



供应商质量审计制度

为了确保原料的高品质，公司组成了由品质保证中心、技术研发中心、计划供应部、生产部门组成的供应商审核小组，每年对供应商进行现场审核。从人员机构、环境卫生、设备物料、生产管理、检验能力、管理体系等方面考核，以确保其能提供高品质的原料。



质量控制

更高的内控标准

在汤臣倍健透明工厂，所有物料均须100%全检合格，严把物料入厂关及成品出厂关，对所有成品、原料、辅料及包装材料等物料，制定了总计超过3000个内控检测项目，物料的所有检测项目都要全检合格才能投入使用或出厂销售。其中有300多项高于国家标准、备案标准的企业内控标准。

同时每月定期对车间用水、空气质量、设备及人员卫生等进行检验通报，平均每月完成检验量多达1500批次。

范例：原料大豆分离蛋白微生物指标，企业内控标准远远严于国家标准《GB/T20371-2006食品工业用大豆蛋白》规定，具体见下表：

大豆分离蛋白项目	企业内控标准	国家标准
铅（以Pb计），mg/kg	≤ 0.3	≤ 1
总砷（以As计），mg/kg	≤ 0.1	≤ 0.5

过程控制，确保产品品质

在生产过程中，根据不同产品生产工艺和设备性能，进行验证和分析，确保质量关键控制点得到有效控制。生产中每个环节均有员工在线复核和现场QA检查。对于生产中出现的偏差、返工或是物料损失，均会调查起因，制定预防和纠正措施，培训或考核相关人员，并确保纠正措施合理有效后才予以闭环归档，确保出厂合格率100%。

全省首家自主举办企业落实质量安全主体责任报告会

汤臣倍健积极响应广东省及珠海市质监局推行的企业质量安全主动报告制度，于2012年11月30日在汤臣倍健透明工厂现场举办了食品质量安全信息的主动报告会议。珠海市政府、市质监局及相关职能部门领导、人大与政协委员、食品企业代表、新闻媒体、客户代表、消费者代表等出席。汤臣倍健成为全省首家自主举办企业落实质量安全主体责任报告会的企业。



国际认证的独立实验室

为了保证产品的高品质，确保产品的安全性，公司出资1500余万元建立了具有国际认证高标准的检测中心，配备全球先进的检验仪器设备，并建立健全的实验室管理制度。目前正在开展CNAS认证，通过认证后，将全面达到甚至超过ISO17025实验室国际认可标准的要求，全面提升检测中心检验数据权威性与公正性，所出具的检测报告在全球数十个国家与机构相互认可。



检测中心现配备从美国、日本、意大利等国进口的液高效相色谱仪、气相色谱仪，光谱类仪器，超高压液相，7700X型ICP-MS，API3200型LC-MS（液质联用），膳食纤维测定仪、酶标仪、全自动蛋白分析仪等高端设备。实验室还不断引进高技术人才，提高检测水平。



光谱类检测仪可对有害重金属如铅、砷、汞、镉进行严格控制，并为微量元素的合理搭配提供科学的保障。



色谱类检测仪可完成对有害物质的检测，以及对产品中关键成分（绿蜂胶中阿特匹林C、鱼油中DHA和EPA等）的含量测定。

药品级规格的GMP生产车间

先进的空调净化系统，定期监测尘埃粒子、沉降菌、换气系数等指标。工作区空气洁净度达10万级，达到药品生产要求，高于国家保健食品GMP标准的30万级要求。除对温湿度有特殊要求的工序外，车间温度始终控制在18~26℃，相对湿度控制在45%~65%，维持最佳生产环境。

为了确保进入车间的空气符合要求，必须经过初、中、高效三级空调净化系统过滤程序。首先经过初效过滤器，过滤5μm以上尘埃粒子；然后经过中效过滤器，捕集1-5μm的颗粒灰尘及各种悬浮物；每一个房间的送风口安装了高效过滤器，捕集0.5μm以下的颗粒灰尘及各种悬浮物。

为了防止普通区的空气进入洁净区造成污染，我们要求洁净区与普通区之间的压差要大于10pa以上。为了使生产过程中产生的尘埃粒子及热量能及时带出生产区，每个房间每小时的换气次数要大于15次，简单点来说就是每小时送到房间的空气体积是该房间体积的15倍以上。为了控制洁净区沉降菌数量，我们定期对洁净区及空调系统进行一次臭氧消毒。

工作区空气洁净度达

100,000级

车间温度控制

18-26℃

车间相对湿度控制

45-65%





环境责任

Environmental Responsibility

取自全球，让我们更懂得回馈自然、保护地球可持续发展的重要，更自觉营造生态型的生产环境。

——汤臣倍健

绿色愿景

Green Vision

全球原料，让绿色发展成为汤臣倍健的必然选择。汤臣倍健深知经济、社会与生态环境的和谐共处对于企业的健康发展至关重要。汤臣倍健将在能源节约，温室气体排放，循环利用等方面，践行更多环保责任，促进可持续发展。



汤臣倍健工厂绿化

节能减排 Energy Conservation

为了响应国家节能减排的政策，提高能源使用效率，减少环境污染，汤臣倍健专门成立安全环保部，全面负责生产基地环保方面的工作。

■ 车间空调系统节能优化

为降低生产车间的使用能耗，提高能源使用率，对生产基地的空调系统进行重新评估和规划，并进行节能改造，采用中央空调集中供应冷冻水，降低生产耗电量。

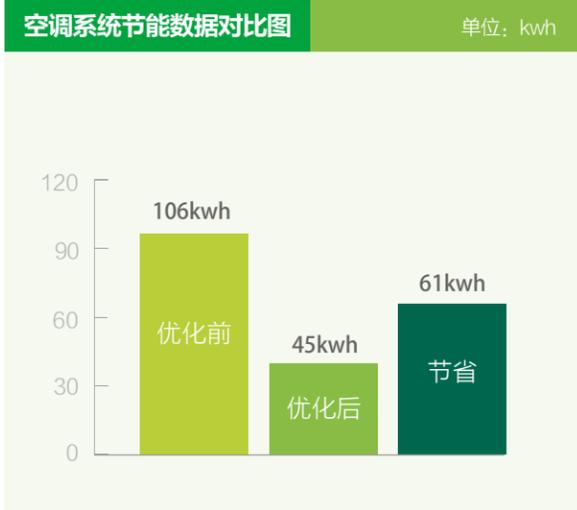
范例：在节能改造之前，车间使用分体空调，每小时运行耗电量为106Kwh，改造后使用中央空调机的耗电量为45Kwh，节省61Kwh。按1Kwh消耗0.35Kg标准煤计算，每小时可节省标准煤21.4Kg。按每天两个班次，每天生产17小时，每年生产300天计算，则每年可节省标准煤量为：21.4*17*300=109140Kg(约109吨标准煤)。在生产能耗方面大大降低。



改造后的空调系统

■ 太阳能路灯照明系统

在生活照明用电方面，进行了路灯照明系统改造，安装太阳能板节能路灯。节能系统采用7瓦LED节能灯，1度电预计可用143小时。一方面可以降低用电量，另一方面使用清洁能源更加环保。



■ 污水处理系统

为了处理生产和生活用污水，减少污水排放，降低对环境的污染，生产基地兴建了污水处理设施，分为一期和二期工程，二期工程第一阶段处理系统即将投入使用，设计处理量为500吨/每天。

生产厂区所有污水通过排污管网进入污水处理站集中处理。污水的处理工艺采用“水解酸化+生物接触氧化池+砂滤”的方式。经处理后的污水，COD值符合《广东省水污染物排放限值》一级标准中规定的<90mg/L的标准。这些处理后的污水，将进行回收再利用，主要用于厂区的绿化浇灌。污水处理过程中产生的污泥，经污泥压滤机进行初步的干燥处理后，委托有资质的环保单位进行无公害处理。



二期污水处理系统

循环利用 Recycling

汤臣倍健在设计、生产以及日常办公过程中也加入环保考量，采用循环利用措施，倡导绿色办公，节约资源，减少污染。

■ 水资源循环利用

生产和生活用的废水经过处理后，进行回收储存，并用于生产厂区的绿化灌溉，提高水资源的循环利用。

■ 包装环保包材

公司产品所使用的包装塑料瓶，采用的是高密度聚乙烯（HDPE）材质制造，由可再生的材料制作，可以回收循环利用。产品瓶盖的设计也进行了环保考量，产品使用后瓶盖与瓶身不会分离，便于回收再利用，减少对环境的污染。



环保公益 Environmental Protection

在生产环节之外，公司也积极倡导员工和公众参与到环保行动中来，通过环保公益项目，号召大家从自己做起，从身边小事做起，践行环保承诺。

■ 环保骑行，倡导绿色生活

2011年和2012年，汤臣倍健先后联合新浪微博广州同城会和珠海同城会，在广州二沙岛和珠海情侣路，举行了以“生命在于运动，响应全面健身”为主题的“骑”乐无穷环保公益骑行活动。此次公益活动通过汤臣倍健新浪官方微博发起，线下组织网友共同参与，倡导绿色出行，环保生活。



■ 微环保，绿世界 ——办公绿植种植活动

2012年4月，为了迎接6月5日“世界环境日”，公司通过新浪汤臣倍健官方微博发起“微环保、绿世界——办公绿植随手拍”活动。通过向广大网友发放全球种子，并亲自种植，号召大家在办公室增添一抹绿色，以实际行动支持环保。活动共计约2万人参与。



■ 响应“地球一小时”

2012年“地球一小时”活动期间，汤臣倍健与珠海市爱心促进会合作开展主题活动，通过环保骑行、主题晚会等形式，向公众倡导环保的理念。同时在公司内部发出环保倡议，利用回收纸、空调调整在26度、关灯一小时，在活动当天晚上走出家门，关掉电灯等，号召所有员工通过自己的行动，践行绿色环保。

■ 健康环保日

每月末的周五为我司的“健康环保日”，倡议员工当天均不乘坐电梯走楼梯上下班，并建议统一穿着带有绿色元素的衣服或饰物。

■ 环保倡议

为了向员工宣导环保知识，在办公楼和生产厂区的宣传栏张贴各种环保小知识和小技能，倡议员工节约纸张、收集废电池、拒绝一次性用品等，从我做起，从小事做起，支持环保。



社会责任 Social Responsibility

汤臣倍健致力提供一个利益相关方共同实现自身价值、利益、梦想最大化的平台。

——汤臣倍健

消费者 Consumers

“在信息不对称的情况下，诚信和透明显得尤为重要！真诚坦率的与消费者沟通，我们要做到最好！”

——汤臣倍健

■ 诚信、优质的顾客服务理念

我们不满足于单一的顾客满意度，将“全面客户满意”作为核心理念，尽心打造顾客360度全方位优质服务体验。除专业的热线服务，顾客服务中心还开通了网站、微博、邮件等多种渠道，实现顾客的全新服务价值体现。

■ 专业、先进的顾客服务系统

汤臣倍健极为重视顾客对产品、营养的每一声问询。1995年正式启动消费者咨询热线，2007年建立呼叫中心系统和顾客关系管理CRM系统，同年开通800服务热线。2011年升级开通400营养热线。为了更好的满足消费者需求，提供更全面的专业服务，2010年顾客服务部升级为顾客服务中心。2012年汤臣倍健营养“家”会员俱乐部正式上线，致力将“服务力”培养成为汤臣倍健下一个核心竞争力之一。同年升级CRM系统，将“产品真伪查询、积分服务、营养咨询、投诉与建议”等热线功能全新整合到升级后的顾客关系管理系统中，为顾客提供更全面更优化的服务平台。

■ 营养“家”会员俱乐部

2012年6月，汤臣倍健营养“家”会员俱乐部正式上线。集防伪查询、积分换礼、在线咨询、健康档案等功能于一体的健康管理服务系统，宛如专业营养师亲临身边，为顾客提供更便捷的在线疾病风险和营养状况评估、一对一制定个性化膳食营养改善与健康指导。未来还将推出惠及顾客家人的家庭营养健康管理计划，实现以美誉度与忠诚度为核心的“顾客粘度管理”，将服务力打造成汤臣倍健下一个核心竞争力。

营养咨询电话 4000-917-917



■ 专业的营养师团队

到2012年底，汤臣倍健注册营养师达百余名，成为一支更专业、更强大的营养师队伍，并在全国各地终端培训了近万名营养顾问，以更好的为消费者提供专业的健康咨询服务。



■ 全球营养体验之旅

2011年汤臣倍健举办首届全球营养体验之旅，以20万月薪在全国范围内招募汤臣倍健全球营养体验大使，进行一个月的全球营养探源，深入探访汤臣倍健分别位于美国、挪威和新西兰的原料供应基地。通过大使的亲身体验将汤臣倍健取自全球最好的原料，通过图文直播等各种形式呈现出来，让更多消费者了解取自全球的意义和价值。



■ 开通营养网和官方微博

为了更好的与消费者进行互动，传播汤臣倍健营养健康理念，公司开通了汤臣倍健营养网，向公众传递营养健康知识，开展各类消费者互动活动。同时在新浪和腾讯开通官方微博，通过社交媒体与消费者等利益相关方建立更紧密的联系。



■ 出版《营养素的奥秘》和《营养家》杂志

为了向公众传播营养健康知识，汤臣倍健与中国营养学会合作编著出版了《营养素的奥秘》。来自中国营养学会、广东省营养学会、中山大学、暨南大学、南方医科大学等科研机构 and 高等院校的专家教授作为本书的主要撰稿人，与公众分享了营养保健知识。

汤臣倍健《营养家》杂志旨在为所有汤臣倍健会员及热爱健康人士提供专业健康支持与营养指导的内部刊物。

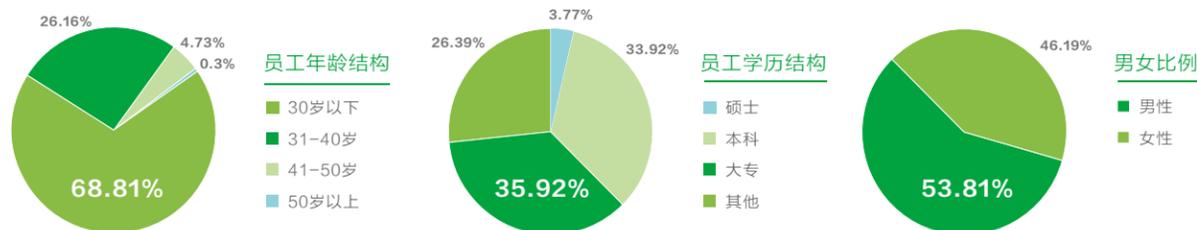


员工 Employees

让奋斗的力量充分分享企业成长的价值。

快乐公司，快乐奋斗。快乐公司是汤臣倍健的追求，快乐是汤臣倍健不可或缺的一部分。汤臣倍健认为，快乐的员工是最好的员工。快乐的员工也必然是积极面对生活和工作的员工，创造往往也就在快乐中产生了。

员工结构



和谐劳资关系，维护员工权益

汤臣倍健严格遵守国际、国内相关法律法规，维护员工权益。致力于做到“尊重每个人，享受每一天”，为所有员工创造平等就业机会，尊重每位员工的劳动成果。按照“平等、自愿”的原则，汤臣倍健劳动合同签订率100%。依法建立“五险一金”制度，并另外为员工购买商业保险，为员工提供有力保障。员工入职时，公司举行入职仪并赠送入职礼物；员工离职的时候，公司提供感谢礼物，感谢其为公司所作的贡献。



员工入职仪式

多渠道的沟通途径，鼓励员工参与管理

汤臣倍健每年都会开展员工满意度调查，听取员工心声，收集员工建议，完善公司管理。2012年员工整体满意度为84%，满意度水平正逐年提升。公司建立了包含新员工访谈、员工常规访谈、员工异动访谈、员工离职访谈四个模块的访谈机制，关注员工发展与心理情况。公司还通过“金点子”信箱向员工收集管理建议，鼓励员工参与公司管理，2012年共收到员工建议177条，其中，被采纳60条，为公司发展添砖加瓦，形成了良好的主人翁意识和氛围。



完善培训体系，推进职业发展

汤臣倍健深知，没有学习就没有创新；没有创新，企业就没有持续竞争力。2012年通过“精英成长计划”、“起航”新员工训练营、“内部公开课”等项目进行有计划、系统的教育培训，帮助员工不断补充新知识、提高工作技能、改善工作态度，实现员工个人的职业生涯规划。为鼓励员工分享，根据2012年“内部分享学习计划”，共组织分享69次，营造了良好的学习氛围。

公司采用双通道晋升机制，除了管理通道外，特别为技术人员设置专业发展通道，引导、指导员工规划职业生涯。对于应届毕业生，专门设置工作导师、心理导师，全方位关注和辅导应届生，促进他们融入职场，适应企业。



提升工作环境，保护员工健康

为保障员工身体健康，生产基地车间为员工提供舒适的生产环境。车间温度一般控制在18~26℃，相对湿度控制在45%~65%之间，让员工能够感到舒适。生产过程中的粉尘全部采用水幕除尘系统，将产生的粉尘用水溶解后进入废水回收系统，以减少车间中粉尘的含量，减少对员工健康的危害。

在广州办公大楼，公司为员工提供舒适且环保原生态的办公环境，室内处处绿意盎然。后花园设户外吊椅，休闲写意。每个楼层电梯间设置了“自动感应免洗消毒洗手液机”，带来家一般的温情感受。

生产基地有很多的大型机器设备，在高速运转过程中可能存在安全隐患。公司专门加装特殊的安全防护装置，并张贴规范操作流程和 safety 注意事项，最大程度的减少伤害。

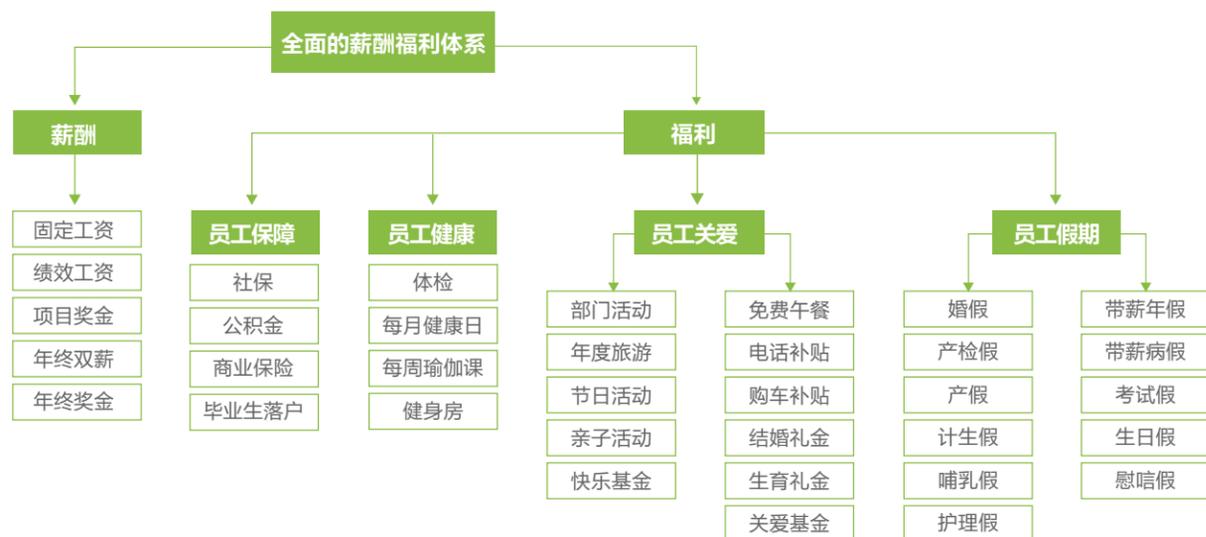
公司一直注重消防安全管理，在生产基地配备完善的消防安全设施，并建立健全专职与兼职相结合的安全员队伍，同时不定期举行消防演习，并对消防设备进行定期检查和更换。



■ 完善的薪酬福利，关心爱护员工

对员工的尊重首要反映在对员工劳动价值的尊重。汤臣倍健积极进行行业薪酬调研，致力于为员工提供有竞争力的薪酬福利体系，并执行基于绩效的员工薪酬调整和奖励方案，提供包括各种法定福利待遇和补充性福利计划。

公司设立关爱基金，对员工结婚、生育等给予礼金祝福，并对员工及家庭提供完善的困难帮扶救助机制，免去员工的后顾之忧。



■ 丰富员工生活，打造快乐文化

公司发布双月刊——《汤臣倍健》，内刊内容丰富多彩，是传播公司信息的重要平台，也是员工之间，员工与管理层沟通的重要桥梁。

公司重视员工的快乐生活，除在办公楼内设有图书阅览室、专业健身房、瑜伽室、干/湿蒸房、WII游戏机室等娱乐设施外，还定期组织员工开展各类体育活动，促进员工劳逸结合。各大传统节日，公司都会组织开展相应的关爱活动，除关怀公司员工，还对公司员工家属给予关怀和慰问。年度旅游，是公司一年一度的全员旅游盛宴，公司除提供旅游基金之外还提供2天带薪假期，方便员工出行。除此之外，部门年度活动、快乐基金都为员工快乐活动而设，只要有创意，愿意组织与分享，都可以申请公司的专项基金，打造快乐生活。



经销商 Distributors

作为公司发展重要的合作伙伴，汤臣倍健始终坚持“尊重、创新、诚信、快乐、团队”的企业精神，通过持续的深入合作，创造更大的价值。

■ 经销商大会

公司召开经销商大会，借此机会让全国各地的经销商了解公司最新的发展规划及营销策略。2012年7月，公司召开全国经销商大会，从战略、策略及终端的具体执行等层面，全面部署汤臣倍健近阶段重要工作项目，提出终端精细化管理的要求，致力“精细化”赢得更加辉煌的未来。来自全国各地的近300多名汤臣倍健经销商参加会议。



■ 业务能力培训

汤臣倍健建有专业的销售团队，并在全国建设7个管理中心和26个营销办事处，建成一支超过500人的市场队伍以支持和配合各经销商和渠道开展营销活动。公司开展销售技能提升等培训提高经销商销售人员的业务能力，汤臣倍健专业的营养讲师，为营养顾问、店长等进行营养知识等培训提高业务能力。



管理中心

7个

营销办事处

26个

供应商 Suppliers

“探寻全球天然原料精华，共创人类营养健康生活”。汤臣倍健一直秉承“责任采购”理念，不断完善供应链管理，与供应商伙伴共同践行品质、社会和环境责任。

全球顶尖的原料供应商

为了践行“全球原料，全球品质”的理念，汤臣倍健在全球寻找最好的原料，并与全球顶尖的原料供应商建立了良好的合作关系，如新西兰恒天然、德国巴斯夫、巴西Apis Flora、荷兰帝斯曼、日本不二富吉（中国）、瑞士龙沙、挪威Berg LipidTech AS等。



责任采购，供应商审核制度

为了加强供应商管理，实现合作发展，公司专门成立了由品质保证中心、技术研发中心、计划供应部及使用部门等组成的供应商审核小组，定期对供应商进行现场审核。审核一般从供应商的人员机构和培训、质量管理体系、原辅料采购管理、生产过程控制及管理、检验检测及设备、生产设备、综合设施和环境及生产能力等多方面的考核，低于70分将取消合作资格；审核合格但存在不够规范的地方也均要求供应商在限定时间内进行整改，同时对优秀先进的供应商也积极进行交流，与合作伙伴共同履行在品质、社会、环境等方面的社会责任。

膳食营养补充剂国际论坛

自2011年开始，汤臣倍健连续举办两届膳食营养补充剂国际论坛。该国际论坛由中国保健协会、国家发改委公众营养与发展中心共同支持。论坛上汤臣倍健联合主要的供应商代表共同发起“探寻全球天然原料精华，共创人类营养健康生活”的倡议。2012年6月，汤臣倍健主办的第二届膳食营养补充剂国际论坛在上海召开，杜邦、恒天然、巴斯夫、帝斯曼等众多国际知名原料供应商参与了本次论坛，共同探讨中国膳食营养补充剂发展的现状与未来。



公益慈善 Public Welfare & Charity

“既以为人己愈有，既以与人己愈多”，“获得更多的人，也被寄予更多”。汤臣倍健尊崇生命的平等，希望给有需要的人提供多一些的机会。汤臣倍健认为，公益和慈善也是汤臣倍健创造财富的动因之一。帮助别人其本质更是帮助自己，在帮助别人中获得快乐，在帮助别人中获得成长。

“1+1+希望工程计划”

“孩子有梦想，中国才有希望。”2005年，汤臣倍健启动“1+1+希望工程”计划，每年从销售收入当中拿出一部分费用，来建造一所又一所的希望小学，让更多边远山区的孩子们能回到窗明几净的教室继续上学。至今已经在广东、云南、贵州、湖南、湖北、江苏、山东、辽宁、重庆、内蒙古等省援建了10所希望小学，推动当地义务教育的发展。



希望小学持续支援计划

汤臣倍健自2005年启动“1+1+希望工程”以来，公司每年都会组织员工志愿者前往希望小学支教。但贫困地区儿童素质的全面发展，不仅需要良好的校舍等硬件设施，软件方面的保障同样重要。为了更好的整合志愿者爱心支教活动，提升支教的水平，汤臣倍健于2012年正式启动“希望小学持续支援计划”。该计划主要从爱心义务支教、启智拓展行动、营养健康促进、体育设施资助、心理健康关注等几个方面开展。2012年，公司通过微博等平台，在云南、广东、江苏、重庆等地的希望小学相继开展了送爱心图书、体育用品、手套和课桌椅等温暖行动，改善孩子们的学习条件。



贫困地区儿童营养改善项目

2012年2月，为了改善贫困地区儿童营养缺乏的状况，汤臣倍健与中国营养学会（CNS）、全球儿童营养基金会（GCNF）以及汤臣倍健品牌代言人及公益大使姚明共同启动“贫困地区儿童营养改善项目”。汤臣倍健将投入1000万支持该项目。本项目将历时三年，在广东、湖北和河北三省中选择18所小学作为目标学校，将有近万名学龄儿童受益。项目将为学生免费提供营养包，帮助他们改善营养失衡状况，促进健康发展。



■ 汤臣倍健慈善公益基金

为了更好的开展公益慈善活动，2012年汤臣倍健与珠海市慈善总会合作，建立“珠海市慈善总会汤臣倍健慈善公益基金”，以提高公司对公益项目的管理水平。该专项基金前期将主要开展贫困大学生资助和困难职工救助。



■ 贫困大学生资助

自2010年开始，为了帮助贫困大学生完成学业，汤臣倍健发起了“寻找最需要帮助的大学新生”爱心助学活动。主要通过内部员工推荐和网络推选的方式，寻找家庭条件非常困难的大学生，给予学费资助，帮助他们实现求学的梦想。至今已有40余名贫困大学生接受资助。



■ 汤臣倍健快乐奖学金

2012年10月，公司与中山大学公共卫生学院正式签约成立“汤臣倍健快乐奖学金”，用以资助和鼓励中山大学公共卫生学院本科及营养学专业硕士研究生中学习优异的学生。“汤臣倍健快乐奖学金”旨在推动我国营养与食品安全教育事业，鼓励优秀人才投身营养与食品卫生事业，从而促进我国营养学专业方向专业人才的培养。



■ 资助最美乡村教师

“寻找最美乡村教师”是中央电视台和光明日报主办的大型公益活动，主要关注乡村教师的现状。汤臣倍健一直关注乡村教育，2012年汤臣倍健作为爱心企业为2名最美乡村教师提供资金资助，帮助他们改善工作与生活水平。



■ 残疾人公益项目资助

汤臣倍健关注残疾人的生活状态，并与公益组织——成都推动力公益发展中心（脊椎中国前身）合作，通过支持其公益项目：残障青年公益培养计划，为残疾人开展培训，提升残疾人自我发展、适应社会的能力。



■ 抗震救灾，慈善捐赠

在汶川地震和玉树地震发生后，公司第一时间调拨捐赠物资，为灾区免费捐赠营养健康产品，供灾区群众和救灾英雄营养补充之用。公司每年都会参与“广东扶贫济困日”，向珠海市慈善总会、三灶镇人民政府、珠海市爱心促进会捐赠爱心产品，用于社区贫困人群，敬老院和社会福利院救助，希望给更多的人带去健康。



社区发展

Community Development

健康快车营养中国行

2011年3月，汤臣倍健“健康快车营养中国行”在北京正式启动。随后，健康快车开赴全国各地19个省3个直辖市，为近6万人提供现场免费体检和健康营养知识普及服务。2012年，汤臣倍健健康快车营养中国行再出发，开赴27省（直辖市）近200个城市，惠及约10万人。

汤臣倍健“健康快车”投入超过千万，每部“健康快车”都配备一流的健康检测仪器，主要提供健康检测和营养咨询两大服务。健康检测包括三项高端检测项目：身体成分检测、骨质密度检测、动脉健康状况检测，营养咨询包括体检报告详细解读、营养健康咨询和健康知识教育。



发布国民健康报告

2011年12月，汤臣倍健联合公众营养与发展中心、广东省营养学会在北京联合发布了首份由企业主办的国民健康报告——《汤臣倍健国民健康报告（2011）》，报告主要由《体质指数报告》、《骨密度报告》和《血管硬化报告》



这三项内容构成，主要针对近年来发病率越来越高的营养健康问题——肥胖、骨质疏松、心血管疾病等慢性病的营养防治和生活保健提供第一手资料和指导意见。2012年底，在国家发改委公众营养与发展中心的指导下，汤臣倍健联合中山大学公共卫生学院、广东省营养学会再次发布了《汤臣倍健国民健康报告（2012）》，报告显示，四成体重正常人群同样潜在慢性疾病的危险，5个人中就有1个存在高血压问题。报告中的分析数据全部来自汤臣倍健健康快车2011年和2012年的第一手数据。

营养学院，为公众提供专业营养服务

2012年，由广东省营养学会专家团全程技术指导，汤臣倍健营养学院正式成立，致力于成为专业营养师成长的摇篮和中国膳食营养领域的教育典范，掀开了膳食营养补充剂行业培训教育的崭新一页。营养学院将汇集外聘专家团队与企业内部师资力量，开发系统的营养知识、医学基础、健康诊断检测、销售技巧及相关素质训练等课程，培养更多优秀的营养师，为社会和公众提供更专业和全面的营养健康服务。



健康 持续 快速

“若干年后，当人们谈论起汤臣倍健，或许已经忘记她是哪个国家的，汤臣倍健汇聚了全球营养品的精髓，是营养品的‘联合国’”。

2012年3月3日，梁允超董事长在公司广州分公司科学城新址启用仪式上发表《全新的梦想，不变的价值观》主题演讲，明确提出了汤臣倍健事业的“梦想三部曲”。

2013年，汤臣倍健全新启航，向着全球品牌目标稳步迈进。

从全球原料到全球品牌，汤臣倍健是一个充满梦想的企业，亦是一个有着十分明确战略目标与实施路径的企业。《2011-2015年度经营规划纲要》，作为公司发展战略的纲领性文件，为公司未来五年保持“健康、持续、快速”发展提出了明确的发展目标与实施路径。

随着我国社会经济水平快速发展，国民健康观念不断强化，中国营养健康产业将迎来新的“黄金十年”。这是汤臣倍健的机遇。于此同时，行业市场容量也在迅速扩大，市场竞争开始加剧，行业竞争加剧的风险逐步提高。

对此，公司继续落实执行差异化战略、实施不一样的汤臣倍健全球化战略，从产品力、渠道力、品牌力、服务力等核心竞争力出发全面构建公司综合竞争能力，使公司始终占据市场的领先地位，成为中国膳食营养补充剂行业的领导企业之一。

汤臣倍健亦深知社会责任的履行对于企业可持续发展的重要性。在未来的成长之路，汤臣倍健将更加注重发展质量与效益，更广泛地履行社会责任。以可持续的发展为社会承担更多的责任，以高质的发展为社会贡献更大的力量。

奖项与荣誉 Awards and Honors



2009年2月，荣获“公众营养与发展中心营养健康倡导产品”称号。

2010年1月，被中国保健协会评为中国保健行业第一家AAA信用等级企业。

2011年7月，汤臣倍健被评为“2010中国创业板上市公司20强”。

2011年11月，汤臣倍健荣获“中国最具幸福感标杆企业”。

2012年1月，汤臣倍健入选福布斯“2012中国最具潜力上市公司榜单”前三名。

2012年4月，汤臣倍健总经理汤晖荣膺“2012中国营养产业领军人物”奖。

2012年4月，“汤臣倍健”商标被国家工商行政管理总局商标局认定为驰名商标。

2012年10月，汤臣倍健在“2012中国上市公司口碑榜”评选中，当选“最佳股东回报上市公司”。

2012年11月，汤臣倍健在“2012广州日报最佳雇主评选活动”中，荣获了2012年度最佳雇主企业。



2012中国最具潜力上市公司



公众营养与发展中心营养健康倡导产品



2012最佳股东回报上市公司



AAA信用等级企业



第三方证言

Testimony by the Third Parties

作为中国膳食营养补充剂行业的著名品牌，汤臣倍健在倡导公众营养健康理念的同时，长期关注儿童营养改善。2012年我们正式合作开展“贫困地区儿童营养改善项目”，旨在改善贫困儿童营养缺乏状况。这体现了汤臣倍健是一家富有责任感的企业。我们希望汤臣倍健在公众营养和营养改善领域承担更多的社会责任。

中国营养学会理事长：程义勇

汤臣倍健透明工厂，体现了优秀企业“遵纪守法、诚信经营”的社会责任感，希望汤臣倍健不断创新，规范发展，为消费者提供质量安全、功效明确的健康产品。

中国保健协会秘书长：徐华峰

我们欣喜地看到像汤臣倍健这样的大品牌，在满足消费者需求，实现经济利益的同时，不忘企业社会责任，从“知识扶贫”到“营养扶贫”，一步一脚印地以自身的专业力量关爱社会最弱势的群体。我们有足够理由相信，担当更多社会责任的汤臣倍健，必将成为膳食营养补充剂行业值得尊敬的企业。

新华网副总裁、中国企业社会责任报告专家评级委员会副主席：魏紫川

作为膳食营养补充剂领导品牌，汤臣倍健践行社会责任的理念与行为非常值得肯定。在食品安全问题异常敏感的今天，只有那些诚信经营的“开放式企业”才能获得消费者更多的信赖。汤臣倍健一直倡导“诚信比聪明更重要”，率先建成行业内首个透明工厂并对公众开放，带给公众信心。此外，汤臣倍健启动健康快车为公众免费体检，发布《汤臣倍健国民健康报告》，为公众营养与健康尽企业责任，非常值得赞赏。

中山大学公共卫生学院营养系主任、教授：朱惠莲

一个企业的价值不光表现在销售业绩上，也体现在社会责任上。在我们所有的往来客户中，汤臣倍健是非常有社会责任感的一家。作为一家产品流通领域的中间商，选择一个好的产品一家好的公司是我们生存发展的关键。在与汤臣倍健的合作中，其“诚信比聪明更重要”的经营理念深深的影响着我们。正能量榜样的作用是无穷的，汤臣倍健在公益方面的理念与实践也让我深表认同，并在2012年携手共建湖南平江希望小学。相信在一个有价值观，有责任感，有正能量的汤臣倍健引领下，我们会为社会做出更大的贡献！

湖南长沙健一保健品有限公司总经理：陈庆

We do not just stay in the simple supply-demand relationship with By Health, we hope we could have further discussion and cooperation in technology development. By Health's success by virtue Taken from the Global Strategy are obvious to all. By Health has become our important partners in China, we hope to keep such a close relationship in future. Under the guidance of Taken from the Global Strategy and continually taken the scientific innovative spirit and a responsible attitude to consumers, well-managed enterprise, combined the best nutritional raw materials around the world, we believe By Health will bring more secure, high-quality products for China's consumers. DSM are proud to have the cooperation with By Health to seek the solutions that meet the growing need of consumers for health and develop the innovative dietary nutritional supplement products to create a better life for people today and generations to come.

DSM (帝斯曼) Marketing Director HNH Greater China: Fintan Sit

We clearly notice the actions of by-health from their global strategy, "For Health, By Earth". By-Health's rigorous scientific spirit of innovation and responsible attitude to develop value-added unique products dedicated to Chinese consumers is a cornerstone for our relationship with By-Health. Indeed, these principles are shared by BASF as we supply ingredients and services toward this common goal. The brand philosophy also resonates with consumers, who are drawn toward natural solutions for health maintenance. BASF offers a range of solutions for consumers pursuing a more healthy lifestyle, and natural options are part of this offering.

BASF (巴斯夫) Director Human Nutrition Asia Pacific: Tina Low

过去通过朋友推荐开始选购汤臣倍健，觉得质量可靠、放心。为了见证汤臣倍健“透明工厂”是否真的全透明，今天我们一家三口都作为观察员来到“透明工厂”，亲眼看到全球原料如新西兰的乳清蛋白等都摆放在眼前，并通过先进的设备、规范、精密的程序生产，对汤臣倍健产品全球品质更加认同，也会放心推荐给家人和朋友。

江苏消费者代表：袁婷

GRI指标索引

	GRI	内容	索引
战略与分析	1.1	公司最高决策者对于战略和可持续发展的陈述	P2,P3
	1.2	对主要影响、风险及机遇的描述	P2,P3,P5
公司概况	2.1	公司名称	P4
	2.2	主要品牌、产品及服务	P4,P20
	2.3	组织架构	P7
	2.4	总部地址	封二
	2.5	业务所在国以及主要业务涉及的、并与之密切相关的国家的数量和名称	P12
	2.6	所有权性质及法律形式	P4,P7
	2.7	所服务的市场	P4
	2.8	公司规模	P4,P21
	2.9	在报告期间关于机构数量、结构或所有权限的重大变化	---
	2.10	报告期间公司所获得的奖励	P54-P55
报告参数	3.1	信息汇报期	封二
	3.2	最近一次报告的时间	---
	3.3	报告周期	封二
	3.4	回应关于报告或内容相关问题的联系方式	封二,封底
	3.5	确定报告内容的程序	封二
	3.6	报告的界限	封二
	3.7	说明关于报告范围及界限的限制因素	封二
	3.8	汇报合营机构、附属机构、租用设施、国外采购业务以及其他可能严重影响不同汇报期以及不同机构之间可比性的信息的依据	封二
	3.9	数据计算和处理方法	封二
	3.10	对以前报告中信息进行调整、更改的说明	---
	3.11	报告在范围、界限及评估方式上出现的重大变化	---
	3.12	列表表明报告引用的标准出现的位置, 标明页码和网络连接	封二,P58-P61
	3.13	为报告寻求外部认证的相关政策和措施	P56-P57
公司治理	4.1	公司的治理结构	P7
	4.2	说明最高治理层的主席是否也是执行官	P7
	4.3	如公司有完整的董事会体系, 说明独立董事与非执行董事的数量	P7
	4.4	股东和员工向最高管理层提出意见和建议的机制	P42-P44
	4.5	最高管理层、高级经理及执行主管的薪酬与公司业绩的联系	---
	4.6	最高管理层规避利益风险的程序	P7
	4.7	最高决策层所任资格说明	---
	4.8	公司内部确定的与经济、环境、社会效益及其实施情况相关的使命或价值观、行为守则及原则	P6,P8

GRI指标索引

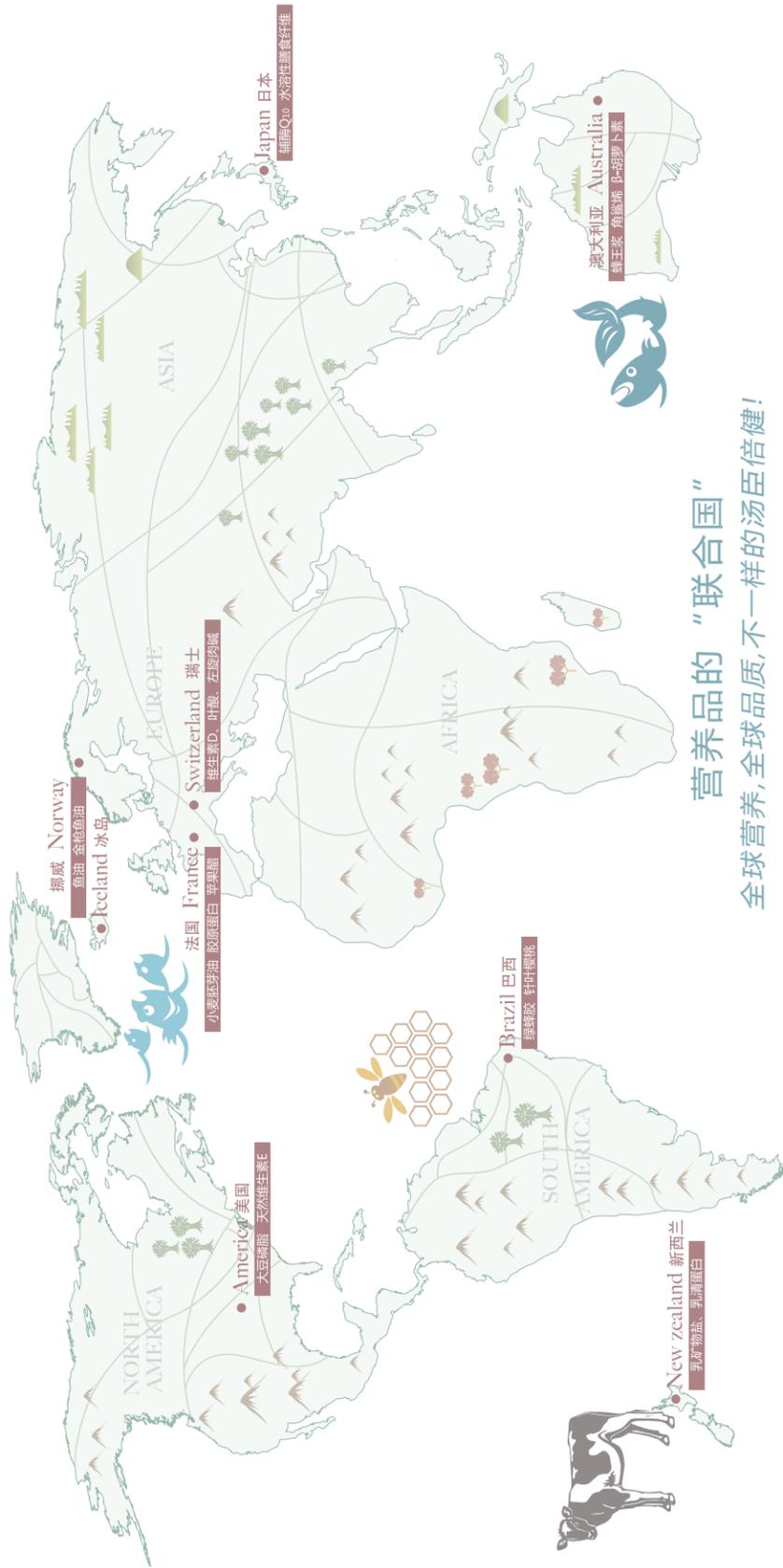
	GRI	内容	索引	
公司治理	4.9	最高管理层对公司的监察, 及管理公司经济、环境、社会效益的程序	P7	
	4.10	评估最高管理层自身业绩的程序, 特别是有关经济、环境及社会绩效	---	
	4.11	解释公司是否及如何按谨慎方针或原则行事	P7	
	4.12	赞成或支持的由外部机构提出的关于经济、环境和社会等方面的章程、原则或其他协议	---	
	4.13	公司加入的协会组织(如行业协会)和国内、国际倡议组织	P4	
	4.14	公司利益相关者的名单	P9	
	4.15	识别及选择利益相关者的基础	P9	
	4.16	利益相关者参与的程序	P10	
	4.17	利益相关者参与提出的主要问题及公司如何进行回应	P10	
	经济责任指标	EC1	公司产生和分配的直接经济价值	P21-P22
EC2		公司活动由于市场环境变化产生的财务问题和其他风险及机遇	---	
EC3		公司明确承诺的各种福利和补偿计划	---	
EC4		政府给予公司的重大财务援助	---	
EC5		公司在各主要营运地工资的标准与当地最低工资的比例	P44	
EC6		公司在各主要营运地对当地供应商的政策、措施以及支出比例	P46	
EC7		公司在各主要营运地聘用当地人员及管理比例	P42	
EC8		公司通过商业活动、实物捐赠或免费专业服务而开展的主要面向大众福利的基础设施投资与服务及其影响	P47-P50	
EC9		公司对其间接重大经济影响的理解与说明, 包括该影响的程度和范围	---	
社会责任指标	劳工	LA1	按雇佣类型、雇佣合同及地区划分的员工总数	P42
		LA2	按年龄组别、性别及地区划分的员工流动总数及比例	P42
		LA3	全体员工的福利	P44
		LA4	受集体议价协议保障的员工比例	P42
		LA5	向员工通报重大业务变化的最短通知期	---
		LA6	接收职业健康与安全指导的员工比例	P43
		LA7	按地区划分的工伤率、职业病率、误工率(损失工作日比例)、缺勤比率, 以及工伤事故和职业疾病死亡人数	---
		LA8	为帮助员工及家人或社区成员而推行的, 关于严重疾病的教育、培训、咨询辅导、预防和风险控制的项目	P41-P43
		LA9	与工会签订的正式协议中涉及健康与安全的内容	---
		LA10	各类员工年平均培训时间	---
		LA11	加强员工持续职业发展能力以及协助员工转职的技能管理及终身学习计划	P43
		LA12	接受定期绩效和职业发展考评的员工比例	P42
		LA13	按性别、年龄组别和少数族裔及其他多元性指标划分, 说明各管理机构的成员和各类员工的组成细分	---
		LA14	按员工类别划分, 男性与女性员工的基本工资比例	---

GRI指标索引

	GRI	内容	索引
社会责任指标	人权	HR1 含有人权条款或已通过人权审查的重要投资协议总数和比例	---
		HR2 已通过人权审查的重要供应商和承包商的比例，以及公司采取的行动	P46
		HR3 员工在工作所涉及人权范围的相关政策及程序方面接受培训的总时间，包括受培训的员工比例	---
		HR4 歧视个案的总数，以及公司采取的行动	P42
		HR5 可能的结社自由和集体谈判方面的风险以及采取的措施	---
		HR6 已发现可能会产生严重危害童工的作业（运营活动），以及有助于废除童工的措施	P42
		HR7 可能发生强制劳动的风险及措施	---
		HR8 保安人员在作业所涉及人权范围的相关政策及程序方面接收培训的比例	---
		HR9 涉及侵犯土著人包括本地员工权利的个案总数。以及公司采取的措施	---
	社区	SO1 管理公司经营对社区的影响及措施	P47-P50
		SO2 已做腐败风险分析的业务单位的总数及百分比	---
		SO3 已接受公司的反腐败政策及程序培训的雇员的百分比	P42-P43
		SO4 应对腐败事件的具体行动	P07
		SO5 对公共政策的立场及行动	---
		SO6 按国家划分，对政党、政治家以及相关组织作出财务及实物捐赠的总值	---
		SO7 涉及反竞争行为、反托拉斯和反垄断措施的法律诉讼的总数及其结果	---
		SO8 因违反法律法规而被严重罚款的总额，以及非罚款的制裁总数	---
	产品	PR1 为改良而评估产品及其服务在生命周期各阶段对安全和健康的影响，以及必须接受这种评估的重要产品或者服务的类别	---
		PR2 按照结果划分，所提供产品或服务在生命周期内健康和安全性方面违反法律法规及自愿性守则的次数	---
		PR3 按程序要求的产品及服务的信息种类，以及属于此类信息规定的重要产品和服务的比例	P20
		PR4 按照结果划分，违反产品及服务信息和商标的法律法规以及自愿性守则的次数	---
		PR5 有关满足客户需求的措施，包括客户满意度的调查结果	P40
		PR6 为遵守市场推广相关法律法规、自愿守则而开展的措施	P45
		PR7 违反市场推广相关法律法规的案件总数	---
		PR8 已被证实的关于侵犯客户隐私权及遗失客户资料的投诉总数	---
		PR9 违反涉及产品和服务的提供与使用的相关法律法规所受到重罚金额	---
	环境责任指标	EN1 按重量和体积划分的原料总用量	---
		EN2 所用原料中可循环再生材料的百分比	---
		EN3 按主要源头划分的直接能源消耗	---
EN4 按主要源头划分的简介能源消耗		---	

GRI指标索引

	GRI	内容	索引
环境责任指标	EN5	因环境保护及提高效率而节省的能源	P34
	EN6	提供具能源效益或以可再生能源为本的产品及服务计划，以及取得的成效	P34-P36
	EN7	减少间接能源耗量的措施以及取得的成效	P34
	EN8	按源头划分的总耗水量	---
	EN9	因耗水而严重影响到的水源	---
	EN10	可循环再利用用水的百分比和总量	---
	EN11	在保护区或保护区毗邻地区以及保护区之外生物多样性较高的地区，公司拥有、出租、管理土地地理位置和面积	---
	EN12	在保护区和保护区以外生物多样性价值较高地区，公司活动、产品和服务对生物多样性产生的重要影响	---
	EN13	受保护或者已恢复的生物栖息地	---
	EN14	公司在影响生物多样性的战略、当前行动及未来规划	---
	EN15	受公司作业影响的、被列入国际自然以及自然资源保护联盟濒危物种红色目录（IUCN Red List）和国家保护目录的物种数量	---
	EN16	按重量计算的直接和间接的温室气体排放总量	---
	EN17	按重量计算的其他相关间接的温室气体排放量	---
	EN18	减少温室气体排放量的措施及成效	---
	EN19	按重量计算的臭氧消耗物质的排放量	---
	EN20	按照类型和重量划分的氮氧化物、硫氧化物及其他主要气体的排放量	---
	EN21	按照质量及目的地划分的污水排放总量	---
	EN22	按照类型和处理方式分类的固体废弃物的总重量	---
	EN23	严重泄漏的总次数以及泄漏量	---
	EN24	危险废弃物的运输、进出口或处理数量，以及在国际范围运输废弃物的百分比	---
	EN25	排水及径流对水源及相关栖息地的位置、面积、受保护状况及生物多样性的影响	---
	EN26	减轻产品与服务对环境影响的措施及影响减轻的程度	P36
	EN27	可分类回收的售出产品及其包装材料	P36
	EN28	因违反环境法律法规所受到重大经济罚款的数额和非经济制裁的次数	---
	EN29	经营活动中的产品、其他货品和原材料运输以及劳动力运输对环境造成的影响	---
	EN30	按类型计算的环境保护的总支出和总投资	---



营养品的“联合国”

全球营养, 全球品质, 不一样的汤臣倍健!

反馈意见表 Feedback Form

尊敬的读者:

您好! 为了进一步加强汤臣倍健股份有限公司社会责任工作, 不断提高公司社会责任管理和实践水平, 我们希望聆听您的意见和建议, 请您对我们的工作和报告提出宝贵意见:

1、您对本报告的总体评价是

好 较好 一般 差

2、您认为汤臣倍健股份有限公司在履行经济责任方面做得如何

好 较好 一般 差

3、您认为汤臣倍健股份有限公司在履行环保责任方面做得如何

好 较好 一般 差

4、您认为汤臣倍健股份有限公司在履行社会责任方面做得如何

好 较好 一般 差

5、您认为本报告的内容安排和版式设计是否有利于您的阅读

好 较好 一般 差

6、欢迎您提出对本报告的意见和建议

联系地址: 广东省广州市萝岗区科学城科学大道中99号科汇三街3号

汤臣倍健股份有限公司 公共事务部

邮政编码: 510663

电子邮箱: CSR@by-health.com

尊重每个人，享受每一天

