

强生在华  
企业公民与  
可持续发展报告  
2015年

企业公民与可持续发展报告  
2015

Johnson+Johnson  
强生



强生在中国



报告出版环境  
纸张：本报告采用环保纸张印刷。  
油墨：印刷油墨采用环保大豆油墨以减少空气污染。

## 我们的信条



我们相信我们首先要对医生、护士和病人，对父母亲以及所有使用我们的产品和接受我们服务的人负责。为了满足他们的需求，我们所做的一切都必须高质量的。我们必须不断地致力于降低成本，以保持合理的价格。客户的订货必须迅速而准确地供应。我们的供应商和经销商应该有机会获得合理的利润。

我们要对世界各地和我们一起共事的男女同仁负责。每一位同仁都应视为独立的个体。我们必须维护他们的尊严，赞赏他们的优点。要使他们对其工作有一种安全感。薪酬必须公平合理，工作环境必须清洁、整齐和安全。我们必须设法帮助员工履行他们对家庭的责任。必须让员工在提出建议和申诉时畅所欲言。对于合格的人必须给予平等的聘用、发展和升迁的机会。我们必须具备称职的管理人员，他们的行为必须公正并符合道德。

我们要对我们所生活和工作的社会，对整个世界负责。我们必须做好公民—支持对社会有益的活动和慈善事业，缴纳我们应付的税款。我们必须鼓励全民进步，促进健康和教育事业。我们必须很好地维护我们所使用的财产，保护环境和自然资源。

最后，我们要对全体股东负责。企业经营必须获得可靠的利润。我们必须尝试新的构想。必须坚持研究工作，开改革新项目，承担错误的代价并加以改正。必须购置新设备，提供新设施，推出新产品。必须设立储备金，以备不时之需。如果我们依照这些原则进行经营，股东们就会获得合理的回报。



Johnson & Johnson  
强生

# 关于本报告

## ● 报告简介

《强生在华 2015 年企业公民与可持续发展报告》是强生在中国发布的第一份可持续发展报告。本报告以强生信条为指引，阐述了强生在华可持续发展的理念、愿景及 2015 年强生在华可持续发展实践与绩效。我们希望通过发布此份报告，与各方进行及时全面的信息沟通，推动合作，共同实现可持续发展。

## ● 编制依据

国际标准化组织社会责任指南 (ISO26000)  
中国社会责任国家标准《社会责任指南》(GB/T36000)  
全球报告倡议组织 (GRI)《可持续发展报告指南》(G4)

## ● 主体说明

为便于表达，报告中“强生”指代强生总部、强生全球。“我们”、“强生在华”均指代强生在华 14 家子公司，分别为“西安杨森制药有限公司”、“上海强生有限公司”、“强生（中国）有限公司”、“强生（中国）医疗器械有限公司”、“上海强生制药有限公司”、“强生（中国）投资有限公司”、“北京大宝化妆品有限公司”、“强生（上海）医疗器械有限公司”、“强生（苏州）医疗器械有限公司”、“强生视力健商贸（上海）有限公司”、“上海迈思强医疗器械有限公司”、“广州倍绣生物技术有限公司”、“上海暖呵母婴用品国际贸易有限公司”、“辛迪思（苏州）医疗器械有限公司”。

## ● 时间范围

本报告所披露信息为 2015 年 1 月 1 日至 2015 年 12 月 31 日，部分内容超出上述范围。

## ● 数据说明

报告引用数据均来自强生在华正式文件和统计报告，以及 2015 年强生全球年报、强生全球 2015 年企业公民与可持续发展报告。欲了解更多关于强生全球的内容，请登陆 [aaaqwww.jnj.com/caring/citizenship-sustainability](http://aaaqwww.jnj.com/caring/citizenship-sustainability)。

# 目录

|            |       |
|------------|-------|
| 强生中国区主席致辞  | p. 02 |
| 强生在华简介     | p. 04 |
| 强生在华业务领域   | p. 05 |
| 可持续发展管理    | p. 06 |
| 08 可持续发展愿景 |       |
| 09 可持续发展战略 |       |
| 12 实质性议题分析 |       |
| 13 利益相关方参与 |       |
| 关爱客户       | p. 14 |
| 16 完善产品质量  |       |
| 19 提升客户服务  |       |
| 21 供应链合作   |       |
| 24 创新研发    |       |
| 关爱员工       | p. 26 |
| 28 员工权益    |       |
| 33 员工发展    |       |
| 36 员工关怀    |       |
| 关爱社会       | p. 40 |
| 42 志愿服务    |       |
| 46 公益慈善    |       |
| 54 环境保护    |       |
| 61 合规管理    |       |
| 展望 2016    | p. 64 |

## 强生中国区主席致辞



强生中国区主席 孟启明  
Vladimir Makatsaria

2015年，是强生在华根植的第三十个年头。作为最早在中国开展业务的跨国医疗保健企业之一，我们伴随着中国社会的快速发展，用我们产品、服务和创新帮助中国消费者和病患实现更健康、更快乐和更长寿的生活，我们发挥强生“全球布局，本土深耕”的战略优势，联动消费品、制药、医疗器材三大领域的合力，针对中国最迫切的医疗保健需求开展创新，支持中国健康事业的发展。我们将强生全球“健康社会”行动引入中国，凝聚全球领先的医学、科学及公共卫生领域的人才和智慧，结合爱心善举，全力支持中国构建健康未来。

**强生践行关爱客户的信条精神。**我们坚定不移地致力于强生在华的投资，联动企业合力和创新中不断发展和突破。我们在华建立强生亚太创新中心，全力支持中国生命科学创新生态系统的建设。强生在华的三大业务领域皆设有创新研发机构。我们坚持研发创新，融合外部资源，充分运用整体企业合力，不断提升客户服务能力，为中国消费者和病患提供更加优秀的产品与服务。

**强生秉承关爱员工的信条精神。**我们倡导企业多元文化和员工的全面发展，形成了“使命、开创、成就”三大关键雇主价值主张，不断吸引优秀人才加入公司。我们根据中国本土市场人才发展的轨迹和需求，为强生在华的优秀人才量身定制了“巅峰领导力课程”，为公司的长远发展培训新生代领袖，发挥强生整体企业能量。我们坚信，强生在中国的每一步成功，都与我们优秀的人才密不可分。

**强生践行关爱社会的信条精神。**结合强生在华三十周年的重要契机，我们重新启动了“因爱而生”全新品牌传播项目，通过线上、线下活动传递强生关爱的坚定信念，与各界携手打造一个更充满关爱的世界。我们延展强生“健康社会”行动，凭借强生员工志愿服务文化，助力中国公益事业的发展。我们在节能减排、绿色生产等方面多方发力，积极协同我们的供应链伙伴共同关注环境保护。同时，我们恪守信条精神，恪尽职守做好企业公民。

三十年来，强生始终本着“关爱全世界，关注每个人”的承诺和“因爱而生”的理念，致力于用创新的产品和服务，满足日趋多元化的中国医疗保健需求，服务中国病患和消费者。我们深信，在强生信条的指引下，我们将一如既往地做好企业公民，持续引领创新步伐，继续深耕本土市场，联动强生全球的实力，通过“健康社会”行动，在全球通往健康未来的道路上，助力中国实现领先的飞跃。

## 强生在华简介

强生于1886年创建于美国新泽西州的新布仑兹维克,是世界上最具综合性、业务分布范围最广的医疗保健企业。2015年,强生全球销售额超过700亿美元。强生在全球60多个国家和地区拥有250家运营企业,员工127,100人。强生连续32年入选美国《财富》杂志发布的全球最受赞赏企业排行榜。2015年,强生在企业社会责任和可持续发展方面也喜获多项殊荣。

强生于1985年在华创立了第一家合资企业——西安杨森制药有限公司。多年来,强生不断发挥行业领军作用,以创新、高质量的产品和服务关爱中国病患和消费者。如今,强生在中国的业务涉及消费品、制药、医疗器械三大领域,在北京、上海、广州、苏州、西安等90多个城市设立14家子公司,员工9,486人。2013年,强生宣布在西安高新技术产业开发区投资兴建全球领先的大型生产基地,以更好地服务中国,以及亚太地区其他国家。

在科研工作方面,强生是首家在中国成功实现“端到端”研发模式的跨国企业,并通过实现从早期研发到临床应用,致力于加速中国创新产品的研发,促进中国创新型经济的发展。强生的三大业务领域在中国均设有研发机构,并在上海建立了强生亚太创新中心,将源自于中国和亚太区域的创新成果推向国际市场。该创新中心是强生深化外部合作战略的主要窗口。强生通过密切与创新企业、大学、学术和科研机构,以及优秀人才的合作,共同将雏形创新转化为医学临床应用的成果,以满足中国及国际市场的需求,造福病患。

强生心系中国的发展和进步,致力于成为优秀的企业公民。我们将继续秉承信条精神,为中国家庭带来更健康、更快乐和更长寿的生活,实践强生“关爱全世界,关注每个人”的承诺。



强生中国业务涉及  
90个城市  
14家子公司  
9,486名员工

### 强生在华可持续发展荣誉

荣获中国外商投资企业协会颁发的“员工好雇主”和“社区好邻居”奖

“为妈妈奔跑”项目荣获第二届中国青年志愿服务项目大赛金奖

“新生儿复苏”项目入围责任中国2015企业社会责任奖

荣获中国外商投资企业协会颁发的“优秀案例”奖

荣获全国妇联和中国儿基会颁发的“2014年度中国儿童慈善奖”

## 强生在华业务领域



消费品

产品主要包括婴儿护理、身体护理、面部护理、防晒和女性个人健康护理用品、口腔护理、过敏护理、创伤护理、感冒咳嗽、消化系统健康以及镇痛护理等。



制药

强生的创新药品针对的疾病包括:肿瘤(如多发性骨髓瘤和前列腺癌)、免疫系统疾病(如类风湿关节炎、炎症性肠病和银屑病)、中枢神经系统疾病(如精神分裂症等)、传染病(如艾滋病、丙型肝炎和肺结核)以及心血管和代谢疾病(如糖尿病)等。



医疗器材

强生为医疗专业人士提供一系列的创新产品。其中包括:骨科及神经外科(如关节、创伤、脊柱、运动医学、神经外科、颌面以及动力工具)、微创及开放性手术(如伤口缝合、吻合器、超声刀、可吸收止血纱、女性术后粘连预防、盆底及尿失禁手术技术、疝修补耗材)、电生理学(如射频消融导管及其相关技术)、糖尿病血糖管理(如联网血糖检测系统与血糖仪等)、美容整形(如乳房植入体)、感染预防(如过氧化氢等离子低温灭菌系列)以及视力保健等。

**701**  
2015年,强生全球销售额达701亿美元

**NO.1**  
强生位列美国《财富》杂志最受赞赏企业第11位,全球制药企业排名第1

**250**  
强生全球业务涉及60多个国家和地区,250家子公司,127,100名员工

# 可持续发展管理

完善的可持续发展管理是强生在华践行企业社会责任，实现可持续发展承诺的重要基础。我们将可持续发展理念与愿景贯彻到公司的发展战略和日常运营之中，有效地管理自身社会影响。与此同时，强生与利益相关方创造和分享价值，从而同利益相关方在经济、社会和环境等方面共同实现可持续发展，践行“关爱全世界，关注每个人”的承诺。

## 可持续发展愿景

强生在华可持续发展愿景：  
秉承强生信条，致力于成为中国最受尊敬的企业公民。

在强生精心经营百年间保持不变的原则和理念中，尤为突出的就是我们的信条。信条精神也作为强生的核心企业文化深深地融入企业基因。强生在华“因爱而生”理念弘扬了强生信条的核心价值观：关爱是推进社会迈向更健康、更快乐、更长寿的重要力量之一，也是强生作为企业公民履行对病患、消费者、医护人员、员工和社会责任的出发点。秉承“因爱而生”的理念，强生在华投身于各项社会公益事业，用行动诠释关爱，以持续的付出实践“关爱全世界，关注每个人”的承诺。



强生在华的可持续发展以“关爱”为核心，通过关爱客户、关爱员工、关爱社会、关爱股东，履行对消费者、病患、医护人员、员工和社会的责任，进而实现企业经济价值与社会价值之间的良性互动，创造共享价值，推动企业与社会的可持续发展。

## 可持续发展战略

作为最早在华开展业务的跨国医疗保健企业之一，强生在运营实践过程中，不断丰富可持续发展理念和内涵。我们的企业公民和可持续发展战略聚焦于提高我们对社会及环境保护的管理能力和经济影响力。具体包括：提高全球公共健康水平，减少碳排放；保护环境和保护自然资源；负责任地经营。从而我们能够继续利用我们的能力、专业知识和业务发展，为子孙后代创造更美好更健康的世界。

2015年，强生将“健康社会”全球行动引入中国，持续为中国健康事业的创新做贡献，并通过凝聚全球领先医学、科学及公共卫生领域的人才和智慧，以创新的模式，在企业社会责任、创新、医疗健康课题研究和支持公共卫生与医护人员四大领域，全力支持中国引领全球迈向更健康的未来。



我们要更巧妙地使用更少的资源，使我们的生活、工作和玩乐之处更健康。

我们要在全世界的更多地方提供更好的护理及途径，帮助更多人变得更健康。



我们要与伙伴及员工携手合作，共同建立我们的健康与福祉文化。

## 企业公民与可持续发展 2020 目标

2015 年，强生总部对未来五年的可持续发展工作进行了规划，提出了强生在全球范围内“企业公民和可持续发展 2020 目标”。该规划表述在未来的五年中，强生将围绕“人类、地方和实践”三大实践领域，全面推进可持续发展工作，践行企业社会责任。随着“企业公民和可持续发展 2020 目标”的发布，我们正在创造一种健康的新视野，就是一种支持让每个人，每个地方都可以变得更健康的视野。我们的“企业公民和可持续发展 2020 目标”将帮助创建更健康的社会。通过我们的愿景、我们生产的产品、我们建立的良好习惯，我们相信能够在企业社会责任方面做的比原来更多。

人类

+

地方

+

实践



人类

### 目标

- 开发及提供创新的、改变生命的医疗健康解决方案来应对全世界的重大健康挑战
- 提供创新的医疗保健途径和培训课程，惠及缺医少药地区数以十亿计的生命
- 与政府、非营利组织和其它机构的合作，支持建立新的健康模式，改善主要新兴市场的经济福祉和医疗保健

### 指标

- 通过协同合作以证明用于治疗耐多药肺结核 bedaquiline(Sirturo®) 的疗效、功用和安全性，进一步提高其可及性
- 启动 rilpivirine LA (第一种用于治疗 HIV 的长效肌注方案) 第 3 期试验和提交监管文件
- 生产和捐赠十亿支甲苯咪唑 (Vermox®)，用于治疗超过一亿有肠道寄生虫风险的儿童，并通过综合治疗和预防在五年内减少 2,600 万例感染
- 为 13 万名成人和 5,000 名儿童提供 HIV/AIDS 治疗，并为 20 万名患者提供肺结核治疗，挽救 14.8 万条生命
- 培训 3 万名娴熟的助产士，帮助接生 600 万例
- 支持为缺医少药的儿童提供 600 万例眼科保健筛查，并为 10 万人提供所需的矫正治疗
- 为我们的五大消费品牌开展标志性合作，旨在促进全世界有需要人士的健康与福祉
- 提升议题研究能力和战略合作，支持扩大三个新兴市场 (巴西、中国、印度) 的医疗保健途径和覆盖的研究，并牵头实施三到五个试验项目来展现经济、生产和健康成果的改善



地方

### 目标

- 将可持续设计解决方案全面融入我们的产品创新流程
- 减少我们对气候和水资源的影响

### 指标

- 让占强生公司经营收入 20% 的新产品和现有产品，获得 Earthwards® 的可持续创新改进的表彰
- 在关键市场，将我们的消费品包装的可再利用率提高到 90% 以上
- 到 2020 年减少 20% 的绝对碳排放量，到 2050 年减少 80%。到 2020 年生产/采购 20% 的可再生能源发电量；争取在 2050 年之前所有生产设施用上清洁/可再生能源
- 在所有生产/研发地点开展全面的水风险评估，并在高风险场所实施资源保护计划



实践

### 目标

- 与我们的供应商合作，共同加快整个价值链中的环境和社会进步
- 赋能和激发强生的全体员工成为最健康的工作者

### 指标

- 使占我们总开支 80% 的供应商加入我们的可持续采购计划
- 与美国不同供应商和全球小型供应商持续实现基准支出，同时使我们的全球供应商多样性足迹翻倍
- 通过推广 Energy for Performance® 理念、创新的数字化健康工具以及宣扬健康饮食和体育锻炼文化，赋能和激发至少 10 万名员工努力改善自己的健康与福祉



## 实质性议题分析

作为一家业务领域众多、涵盖面广的大型跨国企业，强生在华面临着许多与其核心业务相关的可持续发展议题。我们采用专业机构开发的实质性议题分析工具，识别来自众多利益相关方的议题，并将其贯彻进强生在华的可持续发展的战略以及日常运营的方方面面。同时，实质性议题分析也将指导强生在华可持续发展报告的编写。

强生中国实质性议题矩阵



## 利益相关方参与

强生在日常运营过程中时刻同众多利益相关方产生着联系。强生在华通过对自身运营管理结合可持续发展实践分析，同各利益相关方建立密切联系，倾听来自利益相关方的诉求，进而建立起一系列利益相关方参与机制，并将其纳入公司业务及发展战略，使其不断改进公司的战略决策。

| 利益相关方  | 对强生的期望                       | 沟通方式   |
|--|------------------------------|--|
|  客户     | 提供高品质产品<br>确保产品安全<br>提供优质服务  | 客户关系管理<br>客户座谈与走访<br>应对客户投诉                      |
|  政府     | 诚信合规经营<br>依法纳税<br>带动就业       | 响应国家政策<br>主动足额纳税<br>积极带动就业                       |
|  员工    | 员工权益保障<br>员工职业发展<br>员工关爱     | 个性化的晋升发展通道<br>全面的员工教育培训<br>丰富的员工关怀项目<br>倡导工作生活平衡 |
|  同业者  | 公平竞争<br>行业合作<br>技术交流<br>经验共享 | 参与行业协作<br>共性技术分享<br>积极沟通合作                       |
|  合作伙伴 | 遵守商业道德<br>平等合作<br>互利共赢       | 供应商联络与沟通<br>规范合作伙伴行为<br>推进合作伙伴能力建设               |
|  社区   | 参与社区建设<br>帮扶弱势群体<br>关注社会公益   | 开展员工志愿服务项目<br>参与公益慈善事业<br>带动社区经济社会发展             |
|  环境   | 加强环境管理<br>关注气候变化<br>落实节能降耗   | 推进环保管理<br>积极应对气候变化<br>保护生物多样性<br>践行环保公益          |

“我们相信我们首先要对医生、护士和病人，对父母亲以及所有使用我们的产品和接受我们服务的人负责。”

## 关爱客户

在信条精神的指引下，强生通过不断完善产品质量、提升客户服务、加强供应链合作，坚持为我们的病患和消费者提供高质量的医疗保健产品、服务和解决方案，并致力于通过研发创新，解决未满足的客户需求，同时将这些产品、服务和解决方案带给世界各地需要帮助的人们。

# 完善产品质量

强生在中国始终遵循强生全球质量管理体系和质量原则，融合当地法律法规、消费者需求及内部要求，确保从研发设计、生产包装到物流运输阶段始终符合强生质量管理体系及地方法规要求，积极塑造企业质量文化，确保产品和服务符合最高质量标准。

## 质量管理体系

### 在经营理念上

我们始终坚定地把质量的意识贯穿到整个公司行为中。

### 在制度执行上

我们严格秉承和遵循强生内部最高质量标准。

### 在组织架构上

我们设置了质量管理者代表及质量授权人制度，质量管理者拥有对公司产品各个生产关键环节做出独立判断和决策的绝对权力。

### 在审核评估上

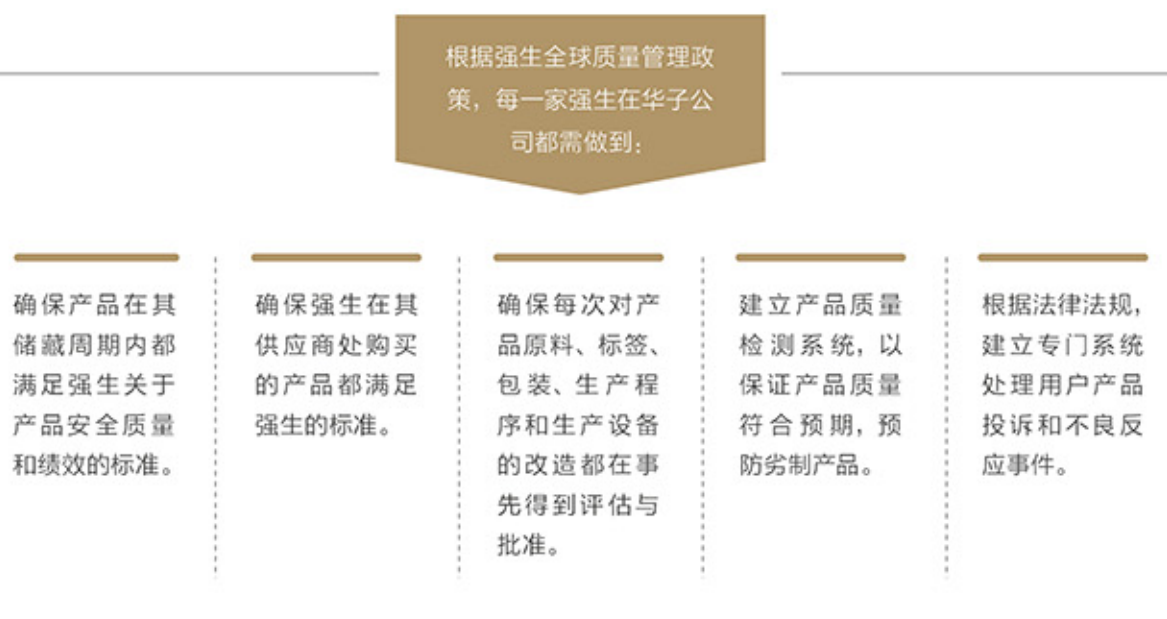
我们要求每一位运营管理者定期对所公司的质量体系进行管理评审，以保证体系的适应性、充分性和有效性，进而持续改进，促进质量提升。

## 强生在华“零缺陷”质量管理原则

作为一家在质量管控方面已经达到顶级标准的企业，从 2010 年起，强生在华就开始推行零缺陷（Zero Defect）管理项目和理念，具体指“不接受、不制造、不传递任何一个失误或缺陷到流程中的下一步骤”，“第一次就把事情做对”。为此，强生授权一线的操作工人如果发现生产线上有任何异常，可以有权力直接把生产线停下来，并主动把问题讲出来，而不需要先向主管汇报，等待主管决定。通过这种“零缺陷”管理，在强生在华的所有厂区内实施系统性的方法，号召员工共同参与，完成了超过 1,000 项整改措施。目前“零缺陷”质量管理项目已经被强生在全球范围推广。

“‘零缺陷’并不是说缺陷绝对要等于零，而是指要以缺陷等于零为最终目标，每个人都要在自己的工作职责范围内努力做到无缺点，第一次就把事情做对。我们的理念就是不接受、不制造、不传递任何一个失误和缺陷，并向着高质量标准的目标而奋斗。我们希望在整个公司都建立起这样一种理念和文化。”

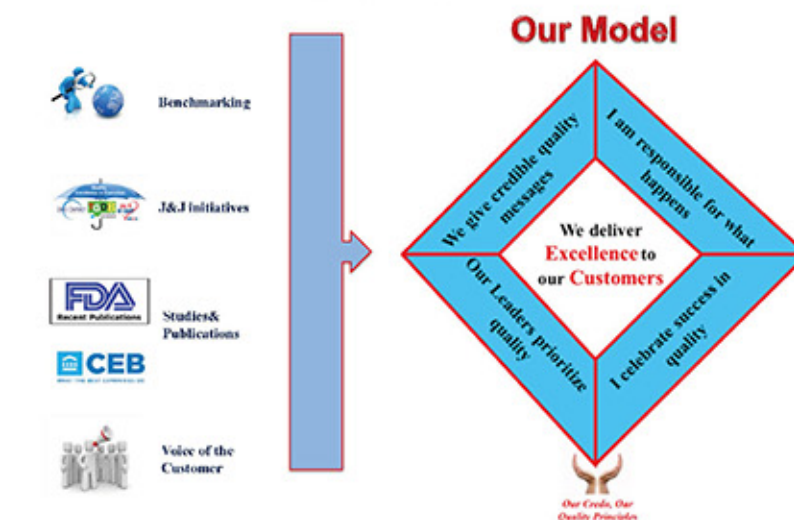
——强生消费品（中国）个人护理业务生产运营部管薇



## 塑造质量文化

强生高度重视培育并传播质量文化，始终认为成熟的质量文化是实现商业运营多样化的重要因素。为此，我们基于标杆管理、内部倡议、研究宣传以及客户需求，从领导力优先参与、可靠的信息传递、员工责任和快乐分享等维度，开发了企业质量文化模型。在质量文化执行策略上，通过现有平台和活动，例如“基地活动”、“客户联动”、“质量月”、“我为质量负责”等一系列质量文化活动，有效营造了强生质量文化的形成。

## How do we deploy Quality Culture



“为病人和需要照顾者提供安全、有效的产品是医疗保健行业最大的责任。履行我们责任的关键路径是将质量嵌入我们所做的一切之中，更重要的是，嵌入每个强生人的思想和行动之中。”

——强生公司副总裁兼首席质量官 弗兰西斯·萨兰斯

## 提升客户服务

强生在华始终践行“在遇到危机时，首先考虑公众和消费者利益”的原则，通过倾听消费者的声音，发掘消费者的需求，不断完善客户服务体系，改进自身服务质量，努力建立信任、忠实的客户关系，致力于提升客户价值。

### 完善客户服务体系

为定期评估强生及其供应链服务性能，并提供可行性方针，我们开发了全球企业客户资料收集系统，并开展客户体验调查项目，以客户满意度为核心，不断完善端到端的客户服务体系。

此外，通过稳步推进“中国 IT”战略，我们积极部署全面、综合、高效的数码战略。在强生在华总裁委员会的支持下，我们成立了中国数码技术委员会，启动三大跨领域项目，分别为整合消费者终端销售、多渠道市场营销和主要医院客户管理，为消费者和病患提供了有力的支持和保障。

“只有始终秉持创造和保持最高质量的信念，不断追求卓越的质量绩效，我们才能获得病患和医务人员、员工、社区及股东等利益相关方的长久的信赖，我们才能长期可持续性地发展和成长，进而实现我们愿景和使命。”

——强生（苏州）医疗运营及研发质量总监 毛宏江

### 强生（苏州）医疗器材有限公司开展质量文化调研活动

作为强生苏州组织文化的重要组成部分，“值得信赖（Trust worthy）”要求强生苏州员工确保所供应的产品和服务是最高质量的，公司运营是最高质量的。为此，强生苏州发起了“我们的文化调研之质量文化调研”活动，旨在帮助员工更好地了解公司质量文化的现状以及员工对于质量的理解，共建值得信赖的组织。



“如果消费者对我们的产品所添加的成分不放心，那么我们就认真倾听他们的心声，并采取行动尽可能让他们安心。这是他们的期望，也是我们的责任。”

——强生中国医疗爱惜康事业部总经理 周敬涛

### 强生开展全球客户体验调查项目

强生客户体验调查采用专门设计的**数据收集方法**

通过



三个层级开展客户需求洞察识别和行动方案计划

供应链合作能力

关键性能

健康的客户关系

尽可能满足客户的需求

## 提升客户服务能力

强生在华高度重视客户服务质量的改进，通过推进客户协助模型，执行全球客户服务战略，发展电子商务策略来实现客户服务价值。为提高客户服务体验，确保公开透明，我们还为消费者开放“透明之旅”，并创建安全与护理承诺网站，随时向公众公开产品成分安全信息，提高客户满意度。

我们为适应不断变化的市场发展需求，更好服务病患和消费者，深耕医疗保健与大数据平台的战略合作，分别联手 IBM 和 Google 开展智能医疗合作计划，积极创建崭新医疗保健方案，改善治疗效果，提高病患满意度。

### 强生总部与 IBM“沃森健康”开展战略合作

2015 年，强生总部与 IBM“沃森健康”通过开展战略合作，深度解析医护人员、病患及消费者、医疗和健康管理方案三个环节的联动关系，开启了我们推动医疗信息化发展的新阶段。此项合作将发挥我们在医疗保健、生命科学、创新研发等领域的专长和经验，共同打造高度智能化的虚拟“健康教练”和康复方案；通过制定个性化的医疗健康护理方案，全方位、全过程改善患者治疗体验和医疗服务模式，提高治疗效果。

### 强生客户服务中心知识管理项目

强生 KOMODO 项目是将目前北美知识管理解决方案 (Acclaro)，通过重新优化流程实现全球运营。KOMODO 项目主要包括在北美，中国地区以及太平洋（澳大利亚和新西兰）的客户服务中心的执行与运营。通过知识管理工具的应用，强生在华旨在发挥客户服务中心的强大数据枢纽功能，帮助消费者了解产品决策，预防健康风险；支持企业决策、市场行为及危机事件及保证合规运营方面的服务能力。

### 强生在华建立消费者需求洞察和转化机制

消费者需求洞察和转化项目由强生全球消费者服务中心发起，通过一系列培训和 IBM 公司开发的 Cognos 系统支持，帮助强生客户服务中心员工在互动中深度了解消费者诉求，精准关爱消费者，为消费者提供非凡的关怀体验，提升消费者满意度；并发掘促进公司成长的消费者需求，建立端到端的公司内信息分享机制，使消费者对产品未满足的需求在持续优化的产品中得以实现，增进消费者对强生公司产品的信任和满意。

“露得清的售后服务非常好，尤其是接我电话的那位专员，热情有耐心，让人如沐春风，为品牌形象的树立增分不少，也让我们的消费者更加信任你们的产品。”

——露得清中国消费者

## 供应链合作

强生深刻地认识到推动供应链的可持续发展也是企业核心竞争力的重要表现。我们尤其注重提升供应商的可持续发展能力，通过加强供应商管理、开展供应商沟通与合作、提高供应链管理透明度，建立良好的环境、社会和公司治理机制，促进整个供应链绿色可持续发展。

### 供应商管理

强生在华将供应链合作视为实现企业可持续发展的重要组成部分，对供应商执行极为严格的责任管理标准。在对供应商的选择上，我们依照全球供应商评审流程对新供应商开展风险评估及审核。此外，我们还会从环境保护、遵守商业道德底线等方面对供应商进行选择 and 考量，以确保供应商符合我们的要求。

### 强生负责任的外部供应流程

强生建立负责任的外部供应流程，以回应外部利益相关方的期望，管理风险，鼓励可持续性透明，加强与供应商的合作关系；并依据供应商行为准则共同为强生供应商实施全面一致的行动标准提供依据。



负责任的外部供应流程最低要求：

- > 供应商筛选和选择
- > 供应商列表
- > 供应商合规和协议
- > 供应商优先级和审查
- > 对优先级供应商提供的产品 / 服务来源识别
- > 对优先级供应商的原始风险识别
- > 对优先级供应商进行现场审计
- > 评级和沟通
- > 供应商纠正措施计划与监控
- > 改进援助
- > 事故报告和回应
- > 角色和职责
- > 保留记录：数据和文档管理

### 强生供应商行为准则

- ① 遵守法律  
强生的供应商将遵守所在国家、州或地方政府所有适用的法律和法规开展运营。
- ② 道德和商业行为  
强生的供应商被期望表现出符合伦理道德的行为和在所有商业交易中保持完整性。
- ③ 质量  
强生的供应商将按照约定的产品规格和质量要求提供商品和服务，不断满足客户的需求，如期执行交付，保证使用过程中的安全。这些产品规格和质量要求应在供应协议和质量协议中明确，并且有由强生公司和它的外部供应商达成共识。
- ④ 人权、劳动和就业  
强生的供应商将本着尊重人权及其尊严的原则。
- ⑤ 健康、安全和幸福员工  
强生的供应商将保持工作场所和任何员工生活区的卫生、整洁和安全。
- ⑥ 可持续发展和环境责任  
强生的供应商要以一个可持续的对环境负责任的态度开展运营。
- ⑦ 管理体系  
强生的供应商将系统管理他们的生产活动以保持业务的连续性和持续提高生产运营。
- ⑧ 透明和信息披露  
强生的供应商将对公司造成重要影响的环境和社会问题的主题和目标进行合理披露。
- ⑨ 监控和合规  
强生的供应商应审查其业务，以确保遵守所有使用的法律法规和行业标准要求。供应商要对被发现的违规行为进行整改和补救。

### 供应商合作

强生始终坚信，供应商和企业之间的互动可以带来巨大的价值。我们对合作的供应商给予最大的尊重，充分考虑供应商的合理利润空间，积极与供应商开展平等公平的对话机制，并通过对供应商开展技能培训，推动供应商本身的创新能力建设，实现自身和供应链所涉及的企业共同成长，促进全球供应链的转型与持续改进。

“从 2007 年我们成为强生的经销商后，强生客户发展部的销售专家就经常向我们的业务员传授经验，从婴儿产品区货场面积调配，到货架长度的讲究，我们都从中受益匪浅。”

——北京朝批中得商贸公司总经理 刘晴

“在设计这些产品时，我们负责原材料采购的同事和研发人员会首先与供应商协商，在确保质量的前提下，选取合理价格的原材料。除了与供应商充分沟通外，强生团队尽量按照产品最佳生产工艺流程 - 从设计到生产、供应链、物流、仓储等环节都尽量提供效率，以此降低供应商的压力，也让消费者得到实惠。”

——强生中国消费品业务生产运营部员工 沃绍箴

### 供应链可持续发展

2008 年，强生发起了全球可持续采购倡议 (PSI)，鼓励供应商公开申明其可持续发展目标，并披露其碳排放量。我们希望利用自身的能力来推动供应链上的可持续性实践和发展，最终实现产品和服务的可持续性，促进社会经济增长。



### 全球可持续采购倡议 (PSI)

全球可持续采购倡议 (PSI) 是强生通过对一系列采购类别进行分解，以及对每个类别设置绩效目标的一种采购过程和方式。通过 PSI，强生确保了采购过程始终与其可持续发展目标保持一致，减少了供应链业务的足迹和成本，降低了供应链运营风险，也提高了自身的品牌价值。预计到 2020 年，强生 80% 的供应商将参与到我们的可持续采购项目中。

# 创新研发



## 400

截至 2015 年底，强生中国三大业务领域共有 400 名工作人员致力于创新研发

作为最早在华开展业务的跨国医疗保健企业之一，强生“健康社会”行动凭借强生在 60 多个国家和地区运营所累积的视角，依托强生在全球的广度、深度和规模，并充分运用其在中国市场所累积的经验和洞察，在中国经济步入“新常态”、大力推动创新型经济发展的新形势下，助力中国打造创新驱动经济增长的发展模式。此举也将同时满足日趋多元化的中国医疗保健需求，更好地服务中国的病患和消费者。

我们秉持“关爱全世界，关注每个人”的承诺，持续为中国健康事业的创新做贡献，并通过“健康社会”行动，凝聚全球领先医学、科学及公共卫生领域的人才和智慧，履行对病患、消费者、医护人员、员工和社会的责任，为千千万万个家庭带来更健康、更快乐和更长寿的生活，全力支持中国引领全球迈向更健康的未来。截至 2015 年底，强生在华三大业务领域共有 400 名科研人员致力于创新研发。

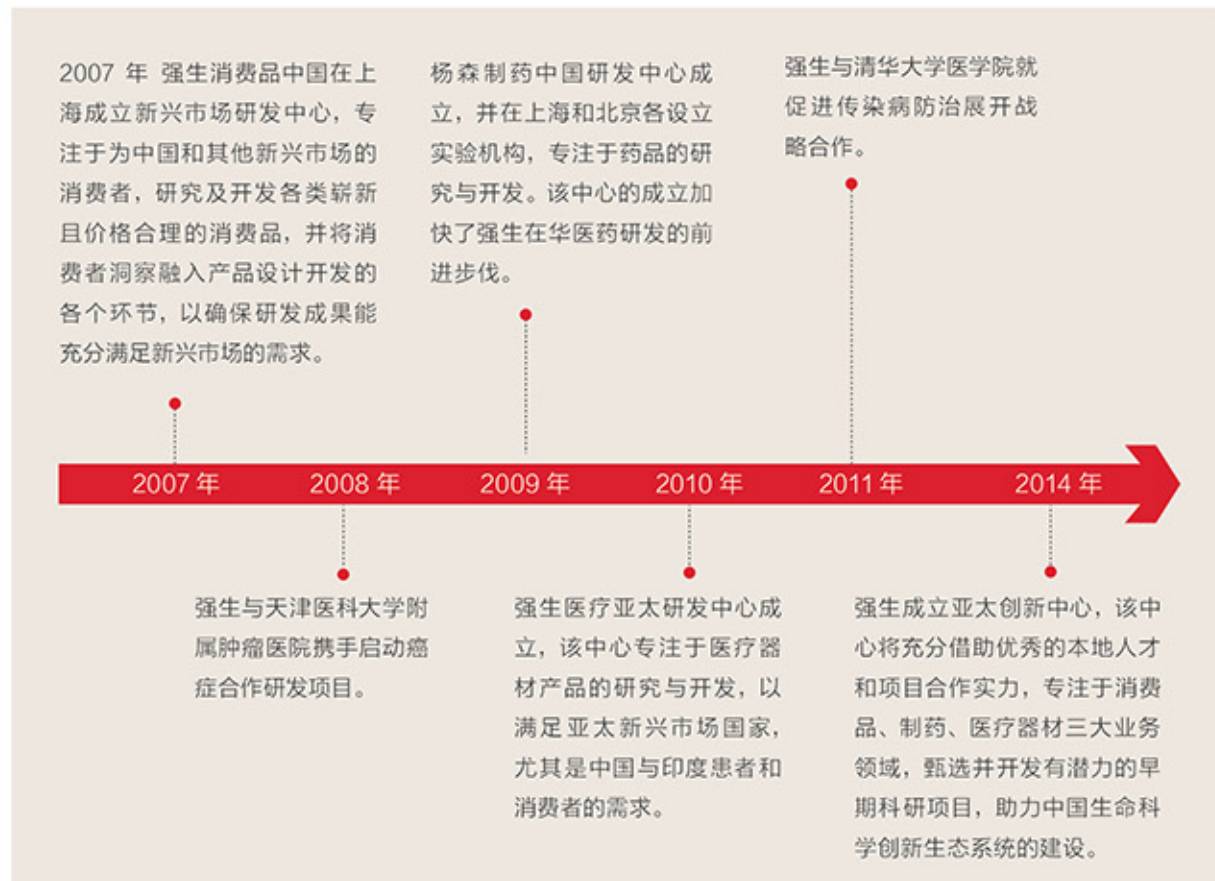


强生是首家在中国成功实现“端到端”研发模式的跨国企业；并通过实现从早期研发到临床应用，致力于加速中国创新产品的研发，促进中国创新型经济的发展。此外，为贯彻强生全球战略，促进在中国的发展，我们在上海建立了亚太创新中心，旨在通过外部合作，加速开发转化新的医疗护理产品。强生与创新企业、大学、学术和科研机构以及优秀人才开展创新合作，将源自于中国和亚太地区的创新成果推向国际市场，以满足中国及国际市场的需求，造福病患。

针对肺癌在华高发情况，强生宣布在华成立全球肺癌研究中心。该中心将结合强生在消费品、制药和医疗器材的专业优势，以“持续护理”的角度，从早期预防、诊断治疗，到后期康复，充分联动我们在消费品、制药和医疗器材领域的力量，致力于将肺癌转变为可防可治的疾病，降低肺癌对中国病患和社会的影响。

### 强生在华设立亚太创新中心助推中国创新发展

2014 年 10 月，强生亚太创新中心在上海成立，这是强生继伦敦、加利福尼亚和波士顿之后在全球范围内的第四个创新中心。强生亚太创新中心的成立，致力于将源自中国的创新与整个亚太区乃至全世界的市场相互连通。该中心借助与本地科研人才和项目的合作，推动消费品、制药、医疗器材领域识别开发最有潜力的产品，依托强生强大的专业技术、研发能力及市场，将科技成果成功转化为临床医疗方案，以惠及本土乃至全球病患。



“我们要对世界各地和我们  
一起共事的男女同仁  
负责。”

## 关爱员工

员工是强生的宝贵财富，在信条精神的指引下我们用价值观凝聚每一位员工。我们始终坚持以人为本，维护员工权益，倡导员工多元化融合，完善员工职业晋升路径，全方位关怀员工，倡导员工工休平衡，满足员工的需求。我们将关爱传递给每一名员工，认真践行对员工关爱的承诺。

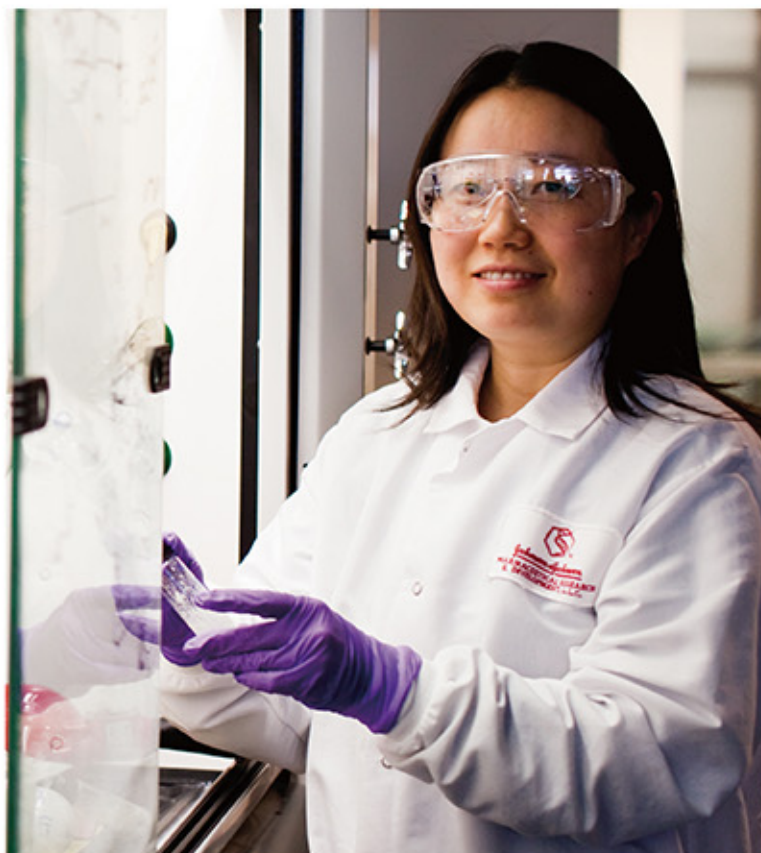


## 员工权益

强生努力创造员工的多元化价值，积极承诺并保障员工的各项基本权益，倡导并推动女性员工发展，维护员工的职业健康与安全，实现企业与员工的共同进步与成长。

### 创造多元化价值

在强生，员工的多元化丰富了我们的工作环境，帮助我们更好地接触新思维 and 了解服务对象的需要。我们为所有符合资格的应聘者提供平等的就业机会，不论种族、肤色、宗教信仰、性别、性取向、性别认同、遗传信息、原籍、受保护退伍军人身份或残疾状况，或者是任何其他受法律保护的特定人群，均有机会获得聘用。截至 2015 年底，强生在华共有员工 9,486 人，女性员工 4,654 人，员工平均年龄 33.06 岁。



平等尊重大宝每一名残障员工

“在收购大宝公司的时候，留用众多残障员工这个决定对我来说非常自然，而且我相信，我的上司和美国总部也会赞同我的决定。”

——时任强生个人护理业务总经理 周敬涛

### 保障员工基本权益

我们严格遵守并积极履行中国的各项劳动法律法规，尊重人权，积极承诺并保障员工的各项基本权益，坚持平等雇佣，禁止就业歧视和强迫劳动，坚决杜绝雇佣童工，明确与员工切身利益相关的事项，并致力于将这些原则拓展到我们的供应链伙伴中，构建全面的、和谐的劳动关系。2015 年，强生在华员工劳动合同签订率、五险一金缴纳率均达 100%。

### 支持女性员工发展

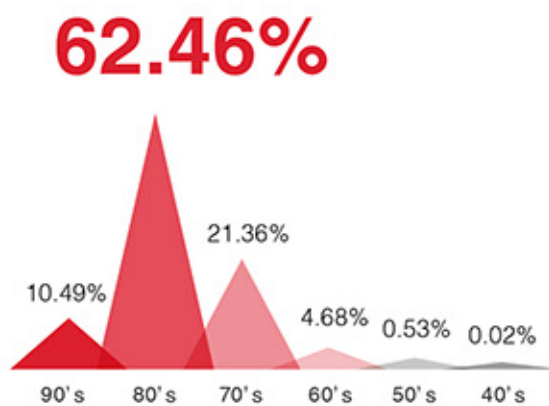
注重女性员工的发展，才成就了今天的强生。30 年来，因为强生品牌的关爱理念和为女性提供的一系列领导力提升计划，很多女性职业人士被吸引加入强生，这也进一步丰富了强生的女性领导层，让强生成为了公认的最适合女性就业的公司。

我们深刻地理解，女性在许多时候需要承担多种角色，要兼顾家庭和工作，所以，我们希望通过不同的项目去帮助女性员工规划她们的职业生涯，并帮助这些女性找到工作与生活的平衡点。我们通过各式各样的项目来支持女性员工的职业发展。一方面鼓励女性员工互相交流，形成女性员工之间的人脉网络，能够互相帮忙；另一方面，强生也通过“女性领导力计划”行动来提供培训，提升强生女性员工的领导力，并且帮助女性员工进行职业生涯规划。引导强生女性新员工的成长，帮助他们走上领导岗位。希望有经验女性领导者可以发挥自己的主动性和责任感，去带领新一代的女性领导者，帮助她们平稳成长。

强生中国员工男女比例



强生中国员工年龄比例





### 强生女性领导力计划

“在过去 20 年，强生通过实施‘女性领导力计划’，致力于在强生公司内促进女性发展和晋升，目前强生公司全球 12 万余名员工中女性员工比例达到 47%；公司的 13 名董事中，就有 3 名女性。而在强生在华近 10,000 名的员工中，女性超过 48%，中高层管理者女性的比例达到 48.5%。这是一个令人瞩目的数字，显示了强生对于女性员工的重视，也展示了强生有利于女性发展的优越工作环境。”

——强生集团全球主席  
桑德拉·E·彼得森

强生女性领导力计划，是强生关爱女性员工的一项重要工作。女性领导力计划项目涵盖高级经理及以上的女性管理者，在这里女性领导者可以分享女性话题，共同探讨和学习女性领导力的学问。每年强生还会选送优秀的、有潜质的中高层女性管理者去国外学习该项目，也会推选优秀的女性领导者参加中欧商学院的女性领导力课程。自 2014 年将“女性领导力计划”引入中国以来，截止 2015 年底，强生在华共举办了 3 次“女性领导力论坛”。

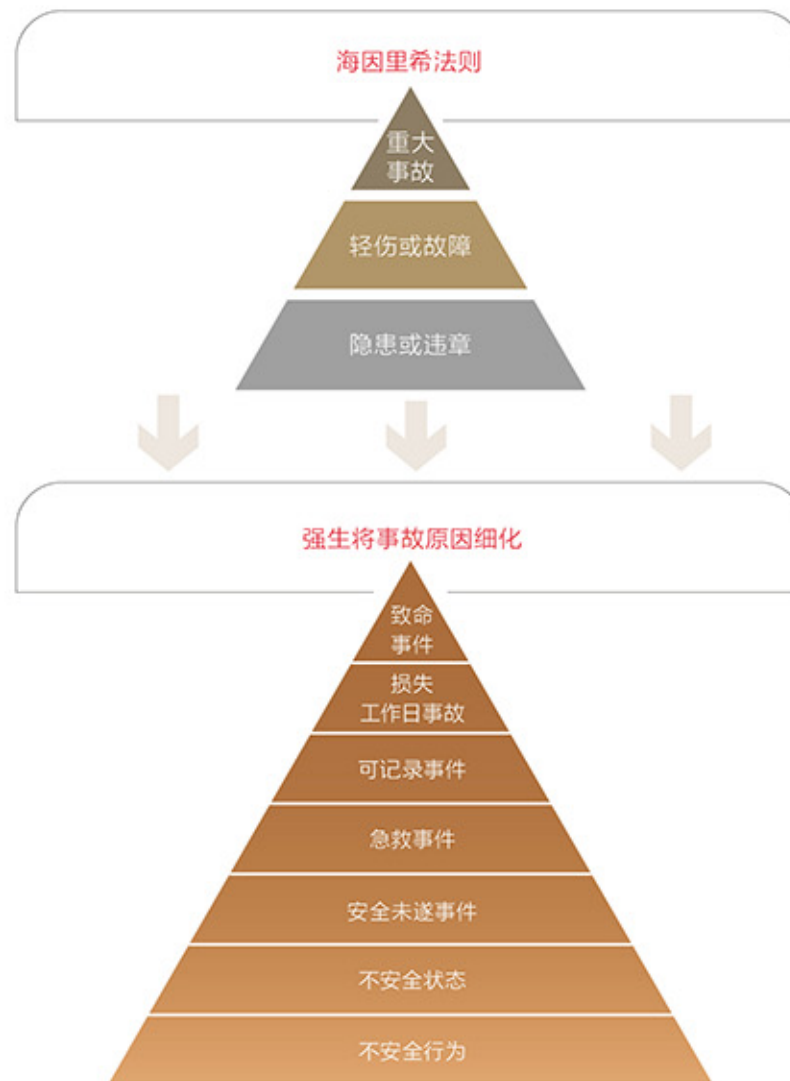


强生在中国共举办了 **3** 次“女性领导力论坛”



### 职业健康与安全

强生时刻关注员工的健康与安全，并通过实际行动践行对员工健康与安全的承诺。强生运用“海因里希法则”建立起一套高标准的，更适合强生的安全生产管理体系，并得到进一步运用。



我们通过不断完善安全生产管理制度、推进安全生产标准化建设、建立健全安全生产应急机制、开展安全生产教育与培训和应急演练等工作，以促进企业日常安全工作的制度化、规范化，切实保障员工的健康与安全。

安全同行，你我相依！



安全问题，我不会视而不见！



“我从没见过哪家公司像强生这样对安全如此的重视。强生应该成为其他公司的榜样。”

——上海闵行经济开发区  
区闵联公司负责人 邱彤

### 强生消费品中国创 3 千万工时安全生产记录

截至 2015 年 12 月，强生消费品中国闵行工厂创出 3 千万工时无损失工作日事故的安全生产记录。近 9 年的时间，持续无损失工作日事故，这是一个骄人的安全生产记录。在各类安全事故频发的大环境下，强生在中国取得这一具有里程碑意义的安全生产记录更显得弥足珍贵。强生创出这个记录与公司完善的安全管理体系，全体员工的安全意识密切相关，而做好未遂事件的管理，则是强生贯彻执行企业安全生产的一个缩影。



### 强生苏州产业园创 2500 天安全运营记录

2015 年 4 月 2 日，强生苏州产业园迎来了连续安全运营 2500 天的里程碑。强生苏州产业园的全体员工共同庆祝了这一重要时刻，他们对于能够连续 7 年保持安全生产无事故运营感到非常的自豪，并对未来的 2500 天安全运营作出了郑重承诺。截至 2015 年底，强生苏州产业园仍旧保持 0 严重伤害 / 疾病事故、0 损工事件的骄人成绩。

## 员工发展

作为一家跨国企业，业务的广泛性、支持型文化和重视人才与价值观的战略造就了强生公司卓越的职业发展环境。我们尽可能的提供资源帮助员工掌握技能，让员工在工作中发挥自己的价值。同时，我们也希望员工找到其自身职业发展和进步的动力和愿景。员工将在此找到良好的发展机遇，在自己的职业生涯、公司和全世界发挥个人影响力。



### 人才发展与管理

强生在华引入国际最新的知识与技术同时，也时刻注意培养公司的企业文化，提高公司队伍的整体水平，通过对员工培训来实现竞争优势与核心能力。对员工负责，是我们的信条中四大责任之一。因此，强生的人才发展与管理战略与资源管理体系，正是建立在此基础上，并不断进行更新与完善。2015 年，强生在华围绕“使命、开创、成就”三大关键雇主价值主张，不断吸引优秀人才加入企业。



“在强生的 15 年中，我从管理培训生，到财务分析，再到助理经理，然后升任经理、资深高级经理，到现在的财务总监，平均每两年上一个台阶。我觉得自己还年轻，资历比较浅，但是强生的公司高层给予我很多的帮助和机会，而且愿意给我更大挑战的机会，这也让我在新的岗位上不断进步，获得更大成功，成为了强生女性管理者之一。”

——时任强生中国区财务总监（现任强生日本区财务总监）禹静

### 强生领导力要素

在强生，我们的领导力要素为公司定义了发展愿景，提醒企业管理层有机结合各方面的见解、预测并促进变革、引导和发展人才，从而实现目标。通过制定清晰的目标、不断听取反馈、规划发展路线和落实以绩效为导向的薪酬体系，我们将员工放在适当的岗位，让他们释放激情，贡献才能。



### 强生全球化领导力学习体系

基于强生国际化的企业背景，我们系统化的领导力学习框架支持着员工不断进步。该框架包含通用的核心课程，为员工提供一系列统一的领导力发展培训资源，并且确保公司上下对“领导”有全面统一的理解，同时阐明领导职责伴随着怎样的期待。帮助所有员工了解个人努力的“细流”如何汇入企业的“大海”，帮助公司实现更伟大的目标。



### 强生在华雇主价值主张推动校园招聘

2015年10月，强生在华新的雇主价值主张（EVP）正式贯穿于校园招聘中。多名强生中国区总裁委员会成员走入高校，围绕“使命·开创·成就”三大核心，开展宣讲活动和现场对话，加深同学们对于强生“关爱成就伟业”的认知，激发他们对创新未来的兴趣，和个人发展机会的无限畅想，也为强生在华人才发展提供新的血液。

### 培训与职业发展

强生为员工提供了丰富的培训机会。学习型文化是强生企业文化的一个重要组成部分，这不仅保证我们能够吸引和培养世界上最优秀的人才，也能为企业的发展提供源源不断的智慧型动力。

在强生，每一位新员工都会被安排参加关于强生文化的入职培训；此外，每一年，员工都会根据公司的人才培养计划、个人兴趣、工作需要、经理意见参加相应的培训课程。多年以来，我们的培训团队一直在努力为中国员工设计和完善适合个人发展的培训体系，力求实现从基层员工到高级经理人，处于职业生涯不同阶段的人才都能找到适合自己的培训课程。

### 强生全球发展培训项目

国际发展培训项目（简称 IDP）是强生为促进公司全球化发展而派遣员工去海外强生公司学习和工作的内部培训项目，致力于在更广范围内和更高水准上，培养能在全球化和多样化的工作环境中高效运作的管理团队。在为期 12-24 个月的海外工作中，作为高级管理职位接班人的高潜力管理者将重点发展处理全球商业事务、组织发展及人才培养与发展的能力。

强生中国区每年都会选派业绩斐然的员工前往世界各地的强生兄弟公司进行在职培训。截止到目前，多名中国区同事已在美国、加拿大、英国、比利时、澳大利亚、新加坡、墨西哥等国家接受过有关市场、销售、财务、人事、咨询管理等方面的实地培训，他们也正在将海外的所学运用到自己的实际工作中。

“职业流动性是强生的独特之处。员工因此有机会在各业务领域工作，了解各种业务。我们有机会制定创新解决方案，让我们的员工保持投入度和积极性。”

——强生全球人力资源总监 多洛莱斯

### 强生在华开展巅峰领导力课程

由强生领导力与学习中心、人力资源团队联合第三方机构，为强生在华的资深经理设计制定的“巅峰领导力课程”正式登陆中国。“巅峰领导力课程”是结合中国市场需要、以整体企业发展角度策划的领袖级培训课程，旨在为强生在中国的长远发展培育新生代领航人而开发。2015年，共 20 位强生领袖参与到了巅峰领导力课程之中。

# 员工关怀



“这是一种投资，而不是成本。为了让大家保持良好的健康状况，我们提前投资是很有意义的。

它源于我们对健康的责任感。我们希望我们的员工都能认可并能从我们提供的健康项目中得到帮助并保持健康。”

——强生全球董事会主席兼首席执行官 亚历克斯·戈斯基

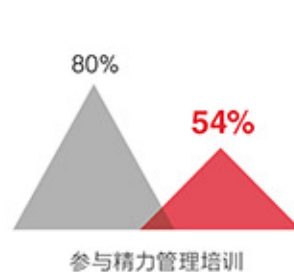
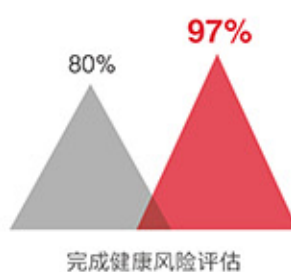
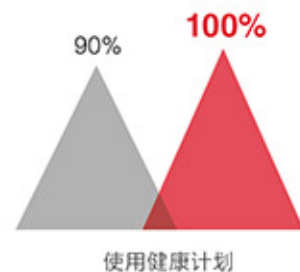
促进员工的健康和幸福，深深植根于我们的信条价值观中。“关爱全世界，关注每个人”，我们关注员工的身心健康，营造强生健康文化，致力于为员工创造健康安全的工作环境，平衡员工工作和生活，使员工享受更好的生活品质，实现员工个人成长与公司发展的和谐共赢，并将来自强生的健康关爱传递给每个需要帮助的人。

## 2015 年全球健康目标



## 2015 年强生在华健康目标及完成情况

▲ 健康目标 ▲ 完成情况



## 保障员工身心健康

关爱在世界各地的强生员工，不仅是信条中的一句话，更是强生对每一名员工的承诺。作为全球健康服务部的一个部分，强生在华有一支由医生、护士等专业人士组成的健康服务团队，从员工实际需求出发，全方位关注员工的健身、健康、职业卫生、员工帮助和工作与生活平衡。致力于改善员工健康的各个方面，包括体能、情绪、脑力和精神，以帮助员工更好地投入到工作和生活之中。

针对重大疾病等健康风险因素，我们制定了以预防为主的员工健康战略，从外界环境、员工生活方式和习惯、医疗等多方面入手，开展了包括健康风险评估、健康体检筛查、疾病预防、EAP（员工帮助计划）、健康饮食、合理运动、戒烟等一系列健康关爱项目。



## 强生全球健康服务项目

强生为员工提供支持计划、资源和专业知识，帮助员工在工作中、在家中、在上下班途中享受更健康、更安全的生活。通过营造有利于员工、家属和职业茁壮成长的环境，我们逐步建立一种更具协作精神的文化氛围，这种文化氛围帮助我们每个人更投入地参与，并推动能影响全球患者和客户的发展与创新。2014 年，强生推出了 7 分钟锻炼手机应用程序，截至 2015 年底，应用程序下载量已超过 100 万次。

**1,000,000**

2014 年，强生推出了 7 分钟锻炼手机应用程序  
截至 2015 年底，应用程序下载量已超过 1,000,000 次

### “关爱身心 温暖你我”强生中国员工关爱月

从 2013 年开始，强生（中国）有限公司每年十一月份定期举办员工关爱月活动。通过线上和线下两种途径鼓励员工参与到员工帮扶活动中来。员工帮扶活动形式包括，面对面培训、工作坊、网络研讨会、现场咨询、进行心理健康筛查、满意度调查等，约 40% 的员工参与其中。



### 人性化的工作环境

强生为员工提供了健康安全的工作环境，在公司办公区设有健身房、心理咨询室、哺乳室、咖啡厅等一系列人性化空间，使员工能够保持健康的体魄和愉悦的心情投入到工作中。我们致力于为员工提供全面无烟的健康办公环境，还针对办公室空气环境系统进行升级改造，确保办公室内 PM2.5 浓度控制在优良水平。同时，我们还向在办公室内长时间使用电脑的员工提出符合人机工程学的保健提示，最大程度地保障员工的身体健康。



### 传递强生健康文化

在强生，健康文化已经在员工中得到广泛传播，我们也对自己所创建的健康文化倍感自豪。这种文化不断营造鼓励健康选择的环境，并致力于构建一个创新、健康的未来蓝图，并将其向外扩散，将我们的健康关爱传递给那些需要帮助的人们。



### 强生推动防癌抗癌总裁圆桌会议在华落地

强生于 2007 年加入国际非营利组织防癌抗癌总裁圆桌会议（CEO Roundtable on Cancer），获得对方的认证并被作为履行 CEO 抗癌黄金标准（CEO Cancer Gold Standard）的优秀示范企业。强生积极推动 CEO 癌症圆桌会议在华的成立与发展，共同形成黄金标准及相应细则。同时，强生也借此机会向中国社会各界传递强生健康文化，致力于推动中国抗击癌症事业的发展与进步。

### “为 I 行动”阜阳艾滋病儿童关爱项目

2015 年，强生持续为阜阳艾滋病儿童带去关爱。来自全球健康服务部的志愿者们与 EAP 第三方机构携手为阜阳艾滋病儿童送去了新年联欢会并为孩子们进行了 EAP 心理辅导。本次活动，共

计 634 名强生中国区员工为阜阳 100 名艾滋病贫困儿童捐款，支持本次艾滋病儿童新年联欢会的举办。为阜阳艾滋病贫困儿童捐款，是 2015 年强生在华 EAP 月的重要组成部分，也是强生在华对外传递健康文化的重要途径，强生希望通过对阜阳艾滋病贫困儿童的持续关爱，能够使他们更多的体会到来自强生健康文化的关爱。

Johnston & Johnson live for life

## “为 I 行动”

亲爱的同事们：  
还记得我们 2015 年 EAP 月的特别活动——“为 I 行动”吗？在活动中，来自全国各地 634 名同事通过年度心理健康问卷热情参与本次活动，实现为阜阳艾滋病的 100 名贫困儿童捐款 3 万元举办新年联欢会。

2016 年 1 月 16-17 日，全球健康服务部（GHS）的志愿者们与 EAP 第三方服务商暖心阳光携手，和阜阳当地的阜阳活动中心一起为孩子们送上新年联欢会及 EAP 心理培训。活动中，全球健康服务部中国区负责人李瑞艳女士讲述希望孩子们快乐成长的心愿，并带来了有趣的开场热身活动。之后孩子们在 EAP 培训师的带领下参与游戏当中，阜阳当地艺术团也送上了精彩的表演。

活动虽然结束，但是我们的爱还将继续。“为 I 行动”，我们用爱在行动！  
更多详情请点击链接 <http://jnchina.jnj.com/Pages/GlobalHealthService.aspx>

活动精彩瞬间

“我们要对我们所生活和工作的社会，对整个世界负责。”

## 关爱社会

在信条精神的指引下，强生秉承“因爱而生”的理念，积极利用优势资源，倡导并投身于各项社会公益及环境保护事业，我们用行动诠释“关爱”，以持续的付出践行“关爱全世界，关注每个人”的承诺。

## 志愿服务



63

强生中国共开展员工志愿服务项目 63 类

293

开展员工志愿服务活动 293 次

4,365

员工志愿者人数达 4,365 人

46.02

员工志愿服务参与率 46.02%

19,679.5

员工志愿服务时间达 19,679.5 小时

强生在中国积极倡导并开展员工志愿服务，努力使其成为践行企业社会责任的重要力量。自 2007 年强生志愿者协会成立以来，“协会”已经逐渐形成完善的志愿服务管理体系，组织开展了丰富多彩的员工志愿服务项目，激发了高涨的员工志愿服务参与热情。2015 年，强生在华共开展员工志愿服务活动 293 次；员工志愿者人数达 4,365 人；员工志愿服务参与率达 46.02%；员工志愿服务时间达 19,679.5 小时。积极热情且具有专业技能的强生志愿者团队已经成为强生在华践行社会责任的一大特色和亮点。

### 完善的志愿服务体系

强生志愿者协会的创新活力与成就得益于每位志愿者对强生信条精神的理解与认同。在强生信条精神的指引下，强生志愿者协会建立了一套“自上而下”与“自下而上”相结合的志愿服务管理体系，由各业务公司管理层担任志愿者协会会长，下辖地区分会及部门分会，由员工志愿者出任分会管理者并积极主动地承担志愿者协会组织管理工作，共同推进协会组织架构、管理体系、领导团队建设等。

多年来，强生志愿服务精神已经深深地融入公司文化和价值观乃至每个员工的心中。积极、优秀的强生志愿者们用自己的热情和专长，为众多特殊群体提供持续的志愿帮扶，多年来始终保持着较高的志愿服务参与率，并获得良好的社会影响和各界的广泛好评。

### 丰富的志愿服务活动

2015 年，在强生进入中国市场 30 周年之际，我们联合北京企业志愿服务联盟、上海市外企志愿服务联盟和广州企业志愿服务联盟携手举办强生“关爱之心”大型志愿服务项目。项目通过整合各方的优秀公益项目平台，以及线上、线下多元化传播活动号召社会大众在 2015 年一起创造 30 万人次的志愿服务参与目标，倡导以志愿服务作为推动社会公益福祉的重要力量，凝聚更多更广泛的社会资源，创造一个充盈关爱、更加美好的未来。截至 2015 年底，“关爱之心”志愿服务项目共收获北京、上海、广州三地志愿服务参与量达 331,783 人次，成功达成 30 万人次的志愿服务参与目标。

### “关爱之心·为妈妈奔跑”志愿者行动

在中国的中西部贫困地区，有这样一群妈妈，他们因医疗资源和服务相对匮乏，缺少便捷的渠道获得充分、可靠、易懂的孕期健康信息，常常不能为自己和宝宝做出科学的健康决策。她们需要得到全社会更多的关注与关爱。

“为妈妈奔跑”志愿者行动，正是通过动员和凝聚社会资源，倡导公益慈善理念，以志愿服务为载体，号召大家参与进来，关注中国中西部贫困地区母婴健康。活动以负重跑步为主要形式，每位志愿者参与慢跑或健走 5 公里，并阶段性增加负重，分三次累加负重至 6 公斤，模拟体验女性十月怀胎的全过程。

作为“关爱之心”的亮点项目和重要组成部分，“为妈妈奔跑”志愿者行动先后在北京、上海、广州、成都 4 地举办 6 场，共计 3,992 人次参与。“为妈妈奔跑”志愿者行动凭借优秀的项目设计，新颖的活动形式，广泛的影响力荣获 2015 年第二届中国青年志愿服务项目大赛金奖。

“为妈妈奔跑”志愿者行动还通过微博和微信等多媒体方式向全社会传播，力求更多的人关注并参与到活动中来。通过和新浪公益的合作，获得 21.7 万人次的阅读量。我们还通过微信推送累计获得数千点击量，积极、有效地向社会公众传递了积极奉献的志愿服务文化。

“我们不只是为西部落后地区的妈妈奔跑，而是通过这种奔跑的形式，把我们的爱心汇聚起来，同时也是为自己的妈妈奔跑，妈妈养育我们也很不容易。”

——上海志愿者协会秘书长 陈麟辉





### 强生在华“爱在后备箱”志愿者活动



作为“关爱之心”项目的另一重要组成部分，2015年，“关爱之心·爱在后备箱”活动先后在北京、上海2个城市举办4场活动。“爱在后备箱”项目通过号召强生及社会爱心人士驾驶私家车义卖个人闲置物品，为流动、留守儿童筹款，以改善他们的生活。

### 强生在华持续开展“银龄关怀”社区志愿服务项目

“银龄关怀”是强生志愿者协会多年来持续开展的一个重要志愿服务项目，依托九九重阳节的契机，在每年10月定为强生敬老月。在这一个月中，志愿者发挥他们的专业技能，为老人提供健康知识讲座及简单的健康检查、陪伴老年人、向老年人赠送基本生活用品等方式关爱老年人的生活。2015年，强生志愿者协会银龄关怀项目共开展活动46次，共计2,151人次志愿者提供服务，直接受益老人达2,735人。



**2,735**  
直接受益老人达2,735人

### 强生在华志愿者月持续推动儿童安全项目

在中国，强生将每年的6-7月定为志愿者月，在这段时间里，强生在华各业务公司/地区/部门志愿者纷纷行动起来，为身边的儿童讲授儿童安全知识。通过轻松愉快的互动游戏使孩子们学到预防跌落、溺水、中毒、运动伤害、地震伤害、交通伤害等安全知识，为儿童们的安全成长保驾护航。儿童安全项目已经成为强生志愿者协会的品牌项目，活动开展率及志愿者参与率均处于较高的水平，随着项目的开展，通过志愿者的付出，现在项目已经影响到社会爱心人士共同参与其中，一同为守护儿童安全作出努力。2015年全年，强生志愿者月共计开展志愿服务活动63场。

**8,223**  
强生中国志愿者月共计  
开展活动63场，  
8,223人次参加



### 强生在华志愿者积极参与“涓爱行动”

强生“涓爱行动”志愿者项目在2015年继续开展。2015年涓爱行动由“二手物品捐赠”和“1001个愿望”两个内容组成，旨在通过募集图书、学习用品等为贫困学生和贫困学校提供力所能及的帮助。本次活动在全国30余个城市同时进行，共捐赠个人闲置物品过万件。相信随着“涓爱行动”的持续开展，强生将继续秉承爱心信条，让这份爱心持续不断地传递下去，为更多的学生提供帮助。

## “折翼天使·因爱飞翔”关爱孤独症儿童

5月24日，全国第二十五届助残日与六一儿童节之际，强生（苏州）医疗器材有限公司协助苏州市残疾人联合会、共青团苏州市委员会、苏州市残疾人康复训练服务中心、苏州市志愿者行动指导中心、苏州市残疾人康复协会组织苏州多家残疾儿童康复学校、机构和社会爱心人士，举办了一次大型“关爱孤独症儿童，走向美好未来”公益活动，呼吁社会各界来共同关爱这些孩子们，走进他们的孤独世界，用爱与接纳去告诉这些天使们，这世界很美丽。助残日公益活动也是强生每年6月的志愿者月系列活动之一。自2011年开始，强生苏州启动了一项“关爱折翼天使”的公益计划，旨在为苏州本地的残疾儿童提供长期、定向的志愿服务和帮助，为这些天使们带去更多温暖的爱与鼓励。因爱而生，为爱传递，强生员工志愿者们一直实践着“关爱”的承诺，以真诚的信念去帮助他人，以实际行动回馈社会。



## 公益慈善

进入中国以来，强生始终秉持“因爱而生”理念和“对社会负责”的信条价值观，积极践行社会责任，并为中国社会带来了众多家喻户晓、参与广泛、持续性强的社会公益活动。我们通过公益项目资助和产品捐赠等多种形式，以持续的付出践行“关爱全世界，关注每个人”的承诺，积极推动中国公益慈善事业的发展，致力于成为中国最优秀的企业公民。2015年，强生在华公益直接受益人数逾40万人。

## 改善妇女和儿童健康

强生的关爱从新生命开始，通过多个公益项目，为妇女儿童的健康生活带来持续的关爱和保护。1995年，我们将婴儿抚触项目引入中国。20年来，我们通过支持相关机构培训医护人员推广婴儿抚触的理念和技术，并支持相关机构在全国的医疗和妇幼保健机构中建立标准抚触室。全国有超过4万名医护人员获得了专业的婴儿抚触技术培训，超过1,100万名新生儿父母受益于医护人员教授的婴儿抚触技术。

## 婴儿抚触 20 年关爱中国婴儿成长

为了更好地促进健康婴儿的生长发育，1995年强生将“婴儿抚触”理念和技术引进中国，通过培训相关医务人员使她们成为“婴儿抚触”专业人士以及老师，再通过她们为新生儿父母进行现场实操培训，“婴儿抚触”项目积极地促进了中国婴儿的健康成长，对于提升中国上世纪90年代后新生儿的健康体质意义重大。

婴儿抚触项目的成功运行，源于抚触技术的有效推广。1998年，婴儿抚触项目得到了中华护理学会、中华医学会儿科学分会及中华医学会围产医学分会的联合推荐。为了更深入地推广婴儿抚触，自2000年起，强生与中华护理学会联合在全国范围内连续举办了5届婴儿抚触大赛；为了使这一技术的推广更为规范，2001年，婴儿抚触正式被纳入专业学会的继续教育课程，同年，公司支持中华护理学会、中华医学会儿科学分会、中华医学会围产医学分会的专家们，共同对医疗保健机构内建立的婴儿标准抚触室从人员培训、技术考核、设备配置等方面都制定了统一标准和规范。目前，婴儿抚触已经被推广到全国各地的数千家医院，已有4万多名医护人员获得了专业的婴儿抚触技术培训并获得了护理学会一类继续教育学分。截至目前，全国范围内已建立了800多家标准抚触室，并通过有关专家评审；超过1,100万名新生儿父母受益于医护人员教授的婴儿抚触技术。



“新生儿复苏培训是近十年来我亲身经历的最成功的项目。现在我国在新生儿复苏的操作上已经实现抢救流程和抢救手法的全国统一，从城市到农村都达成了高度的规范化，这在中国这个如此之大的国家实属不易，感谢强生为此做出的不懈努力。”

——护理专家，新生儿复苏项目组核心成员  
王立新

我们支持的新生儿复苏项目自 2004 年启动以来，十余年间，项目覆盖了全国 94% 新生儿助产机构，累计挽救了 15 万新生命，每年惠及 60 万新生儿。

### 强生在华支持新生儿窒息复苏医学项目

全世界每 10 个新生儿中，就有 1 个不能自主呼吸或需要帮助才能开始规则呼吸，出生窒息是导致全世界新生儿死亡、脑瘫和智力障碍的主要原因之一。根据中国疾病预防控制中心 2004 年的统计数据，中国每年有超过 7.3 万名新生儿死亡是由于出生缺氧缺血性事件（或窒息）导致。然而，经过专业培训的医护人员通过及时规范的复苏治疗就可有效降低新生儿窒息造成的死亡率和致残率。为满足当时这一迫切的医疗需求，强生利用自身的专业经验与资源优势，大力促进了“新生儿复苏项目”的引进和开展，并支持政府机构与国内外专业学会建立了“自由呼吸，生命之源——新生儿复苏培训”项目。十年来，强生通过支持专业机构编译指南、引进教材、联系美国儿科学会的师资提供培训等工作，以及不断引入全球最新的抢救设备和理念，为项目提供长期支持。截至目前，新生儿窒息复苏项目已为全国 31 个省、自治区、直辖市和新疆生产建设兵团的临床医护人员提供 25 万人次的规范化培训，覆盖全国绝大多数助产机构；每年帮助 60 万新生儿建立生命的第一口呼吸，累计挽救了 15 万个新生命。在未来五年里，强生将继续支持这一项目的深入开展，努力让每一个宝宝都能够健康的出生和成长。

在中国每 600 名新生儿，就有一位唇腭裂宝宝。这些孩子即便幸存下来，也通常无法正常进食和说话，更无法正常社交，无法展现灿烂微笑。1982 年，Magee 博士和妻子创立“Operation Smile(国际微笑行动)”，为患唇腭裂的贫困儿童及患者提供免费手术，让他们重拾生活自信。作为“国际微笑行动”的长期合作伙伴，2013 年，强生（中国）医疗器材有限公司在中国正式启动“重塑微笑，改善生活”（Making Smile, Changing Life）项目，全力支持“微笑行动”，为中国贫困地区的唇腭裂儿童带来改变人生的奇迹，让他们能够更好地生活。截至目前，通过公司产品 and 现金捐赠、员工募款，我们已为 3 万名患儿重塑微笑，实现强生信条的关爱承诺。



在中国每 600 名新生儿，就有一位唇腭裂宝宝。这些孩子即便幸存下来，也通常无法正常进食和说话，更无法正常社交，无法展现灿烂微笑。1982 年，Magee 博士和妻子创立“Operation Smile(国际微笑行动)”，为患唇腭裂的贫困儿童及患者提供免费手术，让他们重拾生活自信。作为“国际微笑行动”的长期合作伙伴，2013 年，强生（中国）医疗器材有限公司在中国正式启动“重塑微笑，改善生活”（Making Smile, Changing Life）项目，全力支持“微笑行动”，为中国贫困地区的唇腭裂儿童带来改变人生的奇迹，让他们能够更好地生活。截至目前，通过公司产品 and 现金捐赠、员工募款，我们已为 3 万名患儿重塑微笑，实现强生信条的关爱承诺。

“我很自豪有机会参与了微笑封开的活动，为这上百名儿童服务让我非常激动。我很荣幸在强生工作，因为这个公司可以让孩子们获得他们需要的医疗服务。”

——强生（中国）医疗器材有限公司总裁  
宋为群

### 强生“微笑周”活动为 45 名唇腭裂儿童重塑微笑

2015 年 5 月，强生（中国）医疗器材有限公司发起了“传递微笑（Handover Your Smile）”活动，通过“求转发、求捐款、求微笑”的 online 形式，让全公司的员工参与募集善款、传递爱心。仅一周时间里，活动共帮助 45 个孩子重新绽放微笑。强生广大员工的倾力支持和热情参与，让爱心在此接力，微笑得以传递。

 **2,265**

仅一周时间，活动共募集爱心 2,265 份





## 22

已经惠及在山西、湖北的 12 个区县 22 所学校

## 7.5

直接培训儿童近 5 万名、家长约 2.5 万名



### 强生医疗启动关爱女性健康公益项目

9月21日，强生（中国）医疗器材有限公司携手中国红十字基金会在上海交通大学启动首个关爱女性健康的公益项目——对两癌“Say No”高校健康宣讲公益项目。旨在通过预防教育和关爱，提早帮助女性建立两癌的风险意识，了解两癌生活环境的高危因素，提早养成健康的生活方式，降低中国女性两癌的总发病率。项目将走进上海、杭州、合肥三地共 24 所大学，邀请有关学科的权威专家为大学生进行健康宣讲、义诊和咨询。还将培养 120 名校园健康志愿者，为预防两癌筑起第一道屏障。作为医疗行业领先的健康护理企业，我们秉持“因爱而生”的理念，关注妇女健康一直是我们的公益的重要领域之一，并始终致力于改善女性的健康水平与生活质量。未来，我们将持续关注并支持关爱女性健康项目，期待能发起更多的项目更好为女性的健康生活贡献一份力量和帮助。

### 强生在华全力支持“春蕾计划”女童保护项目

2013年，中国儿童少年基金会在强生（中国）有限公司的支持下开始实施“春蕾计划——关爱留守流动女童健康成长项目（女童保护项目）”。项目旨在通过试点地区探索开展理念先进、方法正确的儿童性教育和心理教育，帮助广大儿童特别是留守流动女童增强性权利和社会性别平等意识，学会自我保护的方法，增强自我保护的能力，从而开发形成一个操作性强、可持续推进的工作模式，在更大的范围内服务更多家庭教育、学校教育和社会教育工作者，惠及更多妇女儿童。截至目前，已经惠及在山西、湖北的 12 个区县 22 所学校，直接培训儿童近 5 万名、家长约 2.5 万名，为广大儿童创造良好的社会环境和保护体系。

### 医务工作者能力建设

强生为持续支持医护人员的专业医疗水平和技术的提升，于 2001 年和 2005 年分别在上海和北京成立了学术中心，支持医学专业培训，课程涉及普外科、心胸外科、妇科、骨科、显微神经外科、心血管介入治疗以及临床诊断等，让越来越多的病患享受到了更高水平的治疗和服务。针对一些特殊医生群体，我们也给予了悉心的帮助。如为提高西部地区医护人员、乡村医生的医疗知识和技术水平，强生积极支持“西部行”、“乡村医生培训”等项目，为西部地区和基层民众提供更好的医疗保障。

### 强生全力支持 2015“大爱无疆——寻找·最美援外医生”公益活动

3月24日，强生全球董事会主席兼首席执行官亚历克斯·戈斯基（Alex Gorsky）出席了在北京举办的 2015“大爱无疆——寻找最美援外医生”活动颁奖典礼。本次活动，通过设立“国际健康促进奖”，表彰本着人道主义精神，在一线奋战的中国援外医护工作者。强生在华积极弘扬“因爱而生”的精神，通过参与和支持此次公益活动，延展“健康社会”项目的理念，引导社会各界关注和支持援外医务人员。

### 强生支持中国西部地区医疗人才培养

2002年起，强生在华子公司西安杨森支持中华医学会，通过开展学术讲座、示教讨论及健康讲座活动等，推动西部地区医疗人才培养，提高当地群众的健康意识。截至目前，西部行已深入贵州、青海、云南、甘肃、西藏等西部省和自治区的基层城市和乡镇，共开展了 24 次活动，涉及临床全部常见病学科领域，来自在全国 81 家医疗机构的知名医院和医疗机构的 220 多位专家参与活动。



## 弱势群体的疾病预防

弱势群体的健康关怀是强生的重点公益领域。中国每年约有数万名白血病患者等待骨髓移植的治疗，强生自 2002 年开始支持中国红十字会进行中华骨髓库骨髓扩容项目，又于 2009 年支持“中国红十字会中华骨髓库博爱基金”，帮助家庭贫困的患者度过难关。强生员工积极参与造血干细胞血样捐献，目前已有数例配型成功并完成捐献。此外，强生还不遗余力地为中国慢性病患者带来福祉。我们积极与医院、社区中心合作，向公众普及健康知识，帮助改变他们的观念，并引导患者正确治疗，让更多的患者能够享受到更好的治疗和更美好的人生。

### 强生在华支持中华骨髓库扩容项目

自 2002 年起，强生开始支持“中国造血干细胞捐献者资料库”项目。项目致力于让社会各界充分了解造血干细胞捐献的重要性和深远意义，学习造血干细胞捐献的相关知识，积极争做宣传志愿者，并通过媒体的广泛宣传，号召全社会共献爱心，伸出援助之手。截至目前，强生公司有近 2,800 多名员工成为捐献造血干细胞志愿者。强生在华最大子公司西安杨森公司已有超过 64% 的员工自愿成为造血干细胞血样捐献志愿者，并且有 3 名员工配型成功，为挽救患者的生命成功捐献了自己的造血干细胞。

### 支持创行开展农民工子女健康教育项目

自 2011 年起，强生（中国）有限公司已连续 5 年支持创行中国开展“健康生活，美好未来”农民工子女健康教育公益项目。“健康生活，美好未来”项目旨在鼓励和支持大学生为农民工子女提供自我防护、健康教育和卫生保健等方面知识，鼓励他们创造更加健康的生活。课程内容包括：学会洗手、口腔卫生、创伤护理、用眼卫生、远离香烟、健康脊柱和青春期皮肤护理等内容。为了让孩子们感受更多学习快乐并落实课程应用，每支大学生团队也会为关爱的小学举办多彩活动，如舞台剧、禁烟标示设计大赛、运动会、



刷牙比赛等。项目支持了全国各地的 107 所大学和学院的 2,700 余名大学生把健康知识带给超过 10 万余名的农民工子女，与此同时帮助在校大学生了解社会需求，提高自身能力。截至 2015 年底，项目已成功培训超过 40 座城市的 102,000 余位农民工子女和 3,800 余位小学老师，并邀请了 18,600 余位家长一起参与课堂。项目开展同时，创行大学生团队还积极在微博上更新项目进展，呼吁更多的人一起关注农民工子女健康教育。

## 灾后救助与文化保护

强生不仅将企业公民责任融入自身业务发展领域，还通过自身力量时刻支持着中国社会发展的方方面面。面对大型灾害事故，强生第一时间做出反应，积极相应政府号召，对灾害事故援助提供最有力的支持。同时，我们还悉心支持中国文化保护事业，力所能及地为中国社会的发展与进步贡献力量。

### 强生在华全力支持天津滨海新区爆炸事故救援行动

8 月 12 日，天津滨海新区一化学品仓库发生爆炸事故。强生第一时间启动应急响应机制，主动联系相关公益组织，了解伤员救治情况和救援需求，调集消费品、制药、医疗器材三大领域产品，包括婴儿湿巾、伤口护理产品、骨科医疗器材、抗真菌药品、抗抑郁症及惊恐障碍药品等物资，帮助医护人员救死扶伤，全力支持当地救援工作。8 月 14 日，强生宣布通过中国红十字基金会向天津滨海新区捐赠现金及救援物资。迅速且高效的应急捐赠，不仅为救助伤员争取了更多的宝贵时间，更体现了强生“因爱而生”的企业社会责任。

### 强生全力支持秦始皇兵马俑文化保护项目

早在 1976 年，秦始皇兵马俑发掘初期，我们便和秦始皇兵马俑联系在一起。2000 年，为防止兵马俑遭受霉菌的危害，保护人类珍贵的历史文化遗产，西安杨森、比利时杨森和秦始皇兵马俑博物馆共同签署了“秦兵马俑及相关文物防霉菌保护项目”合作协议。杨森公司不仅提供相关的研究设备和抗真菌制剂，并为博物馆培训科研人员，资助兵马俑博物馆建立国内一流的微生物研究实验室。双方的这次合作，开创了用现代医药科技拯救古代文明的先河。2006 年和 2012 年美国强生、比利时杨森、西安杨森又先后 2 次和秦始皇兵马俑博物馆签订的科技合作协议。未来，强生将在秦俑文物保护、修复及其文化传播项目方面深入合作，并合作建立开放实验室、移动实验站、环境监测系统，全力支持秦始皇兵马俑的保护工作，使中国的文物保护事业跨入国际先进行列。

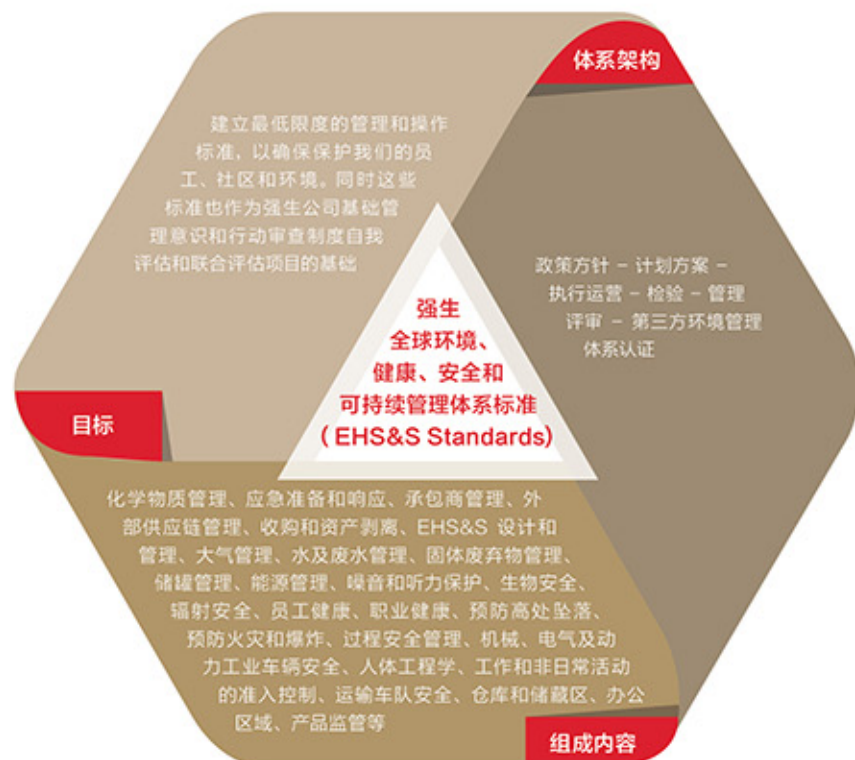


# 环境保护

通过强生提供的优质产品和服务，以及良好习惯，我们坚定的致力于促进人类的健康。2015年，强生提出企业公民与可持续发展2020目标，我们坚信新目标必将帮助更多人过上更健康的生活。同时，新目标将促进强生员工及其供应商和伙伴的相互融合，提高了彼此之间的透明度，使彼此获得共赢。

## 完善环境管理体系

为确保实现和保持高质量的环境、健康、安全和可持续发展绩效，我们开发了全球环境、健康、安全和可持续管理标准 (EHS&S Standards) 及其配套的技术标准 (Technical Standards)。通过基础管理意识和行为审查制度 (MAARS)，为公司主动识别和减轻环境、健康和安全风险奠定了基础。我们全面推进 ISO14001 环境管理体系认证，并建立了严格的产品跟踪管理体系，以确保我们符合当地所有的环境监管政策和制度要求。此外，我们一直推动全球工厂的 LEED (能源与环境设计先锋) 认证，截至2015年底，强生在华共有3栋建筑荣获 LEED 认证。



- 环境、健康、安全政策** → 应建立、记录、执行、维护和不断改善环境、健康、安全及可持续发展管理系统，以履行 EHS&S 政策和其他适用的强生 EHS&S 标准，以及所有适用的监管要求。
- 大气管理政策** → 应建立、实施和持续发展项目，以对所有的大气排放进行客观描述和采取控制措施。

  - 大气排放口管理
  - 大气减排和控制
  - 控制装置的操作和维护
  - 臭氧层消耗物质的管理
- 水资源管理政策** → 应建立、实施和持续开展项目，以保护水资源消耗，提供安全的饮用水供应，以及开展废水管理，保护人类健康环境。

  - 水资源保护
  - 饮用水供应管理
  - 雨水管理
  - 废水管理
- 固体废物管理政策** → 应开发、实施和维护一个程序，从其产生到收集、存储、运输及最终处置，在环境、员工安全、公共健康方面保证符合当地废弃物管理的法规要求和责任。

  - 识别、特性描述和清单
  - 储存和操作
  - 处理处置
  - 废弃容器管理
  - 培训和监督
- 能源管理政策** → 应建立有效机制创建、维护和跟踪节能设备情况和减少二氧化碳排放。

  - 能源管理
  - 能源报告
  - 气候友好型能源政策

### 强生苏州医疗办公楼首获强生亚太区 LEED 金级认证

强生苏州医疗二期办公楼荣获美国绿色建筑委员会 LEED 认证，其中位于一楼的强生医疗亚太研发中心获 LEED-CI V3 金级认证，成为强生在亚太区首获 LEED 金级认证的项目。在二期办公楼设计与施工过程中，强生充分考虑环保和节能的因素。首先，采用一系列节能节水措施，如智能照明控制系统、节水型设备等，令办公楼整体节电 22.74%，节水 37%。其次，在材料使用方面，采用环保装修材料和地毯以减少空气污染，再者，通过增加新鲜空气风量并对其进行过滤与监测，以确保室内环境质量，令二期办公楼能够真正达到 LEED 要求并能够持续保持。



### 强生在华液装车间改扩建项目获 LEED 建筑银级认证

2011 年，强生（中国）有限公司液体车间改扩建 Fountains 项目正式获得了由美国绿色建筑协会（能源及环境设计先锋）颁发的 LEED 新建建筑银级认证。液体车间经改扩建后，水资源节省使用量达 52%，建筑能耗降低 16%，能源成本降低 18%，使用循环建筑材料达 20%。这也是强生亚太地区第一座得到 LEED 绿色建筑评估体系银级认证的工厂。



### 提高能源利用效率

应对气候变化是环境保护的重要议题之一。强生多年来一直积极采取措施，降低自身碳排放，定期公开披露碳足迹，以保护环境节约资源为宗旨，通过节能改造、提升能源管理、提高能效、增加绿色能源采购，加大太阳能使用等措施，减少温室气体排放。我们通过使用 DMAIIC 系统和 M2W 方法，深入开展能源节能减排项目。

### 强生在华二氧化碳减排项目

在过去几年中，强生一直在全球寻找合作伙伴发展能源项目，重点在大型能源使用系统的效率提升方面，包括冷却装置 (Project COLD)，锅炉 (Project HOT)，压缩空气 (Project cAIR)，空调调节系统 (Project n-AIR-g) 和照明 (Project Relight)。这些项目开发对于减少能源消耗、成本和碳足迹非常有益，以下是强生在华实施的三个二氧化碳减排项目。



公司：强生（中国）有限公司  
地点：上海  
项目：能源效率  
内部收益率 IRR：35%  
年 CO<sub>2</sub> 减排：1,842 吨

项目描述：冷却塔的自由能，VFD 系统应用于 CUP 冷却系统，冷凝器的即时清洗装置、照明系统升级，冷却器优化，利用废水填充冷却塔、风机优化



公司：强生（苏州）医疗器材有限公司  
地点：苏州  
项目：能源效率  
内部收益率 IRR：24%  
年 CO<sub>2</sub> 减排：1,995.8 吨

项目描述：调节现有的制冷设备提高效率以减少电力消耗；提高操作效率以减少压缩机系统的电力消耗



公司：强生（中国）有限公司  
地点：上海  
项目：冷却装置升级  
内部收益率 IRR：19%  
年 CO<sub>2</sub> 减排：1,191.3 吨

项目描述：安装高效冷却装置和配套设备

## 设计环境友好产品

产品的能效表现是强生产品设计及降低环境足迹的重要方面。强生一直致力于控制产品在设计、生产、使用、回收等产品生命周期过程中的环境影响，以高效能产品推动社会低碳发展。自2009年起，强生开始在全球范围内引入Earthwards产品认证，鼓励研发团队通过改进工艺开发环保产品。



截至2015年末，强生全球范围内获得Earthwards认证的产品数量累计达73件，超出预期目标

### 强生全球 Earthwards 产品认证

强生 Earthwards 产品认证侧重从七个关键领域提高产品和目标绩效，以减少对环境和社会的影响：



#### 强生 Earthwards 认证方法

- 所有新产品和新包装必须满足产品管理要求
- 必须评估新产品和新包装生命周期对环境的影响
- 鼓励通过实施和验证获得改进
- 鼓励所有新产品和新包装获得 Earthwards 认证

### 大宝 SOD 蜜创新环保包装设计

强生消费品中国个人护理业务麾下的大宝 SOD 蜜全线升级包装，以中国水墨风搭配了更简洁和更具现代感的设计，提升了品牌形象和系列产品的辨识度，深获消费者好评。新的大宝 SOD 蜜去除了原先的纸盒外包装，使得产品更加节能和环保，进而每年减少 1,524 吨二氧化碳排放量，相当于种植了 550,000 棵中等生长的树木。凭借全新的环保包装设计，大宝 SOD 蜜荣获“2014 年中国可持续发展包装榜样”大奖，为强生加快探索节能环保创新注入活力。



**1,524**

每年减少 1,524 吨 CO<sub>2</sub> 排放量，相当于种植了 550,000 棵中等生长的树木

**2014中国可持续发展包装榜样大奖**  
2014 China Sustainable Package Pioneer Award  
**2014中国可持续发展包装技术大奖**  
2014 China Sustainable Package Technical Award



## 推动绿色生产运营

强生通过严格的管理措施，避免生产运营过程对当地社区和环境产生负面影响，并加强水资源管理、固体废弃物管理和生态管理，使环保理念贯穿到生产运营的每个阶段。

### 强生在华开展液态废水浓缩计划

为深入推进绿色生产，强生在华将“Scraped Evaporation System”刮板式蒸发系统应用到污水优化处理过程中，而后进一步集中处理车间的废水，直至污泥处理。这种方式不仅仅大大减少了外在的治理成本，更对显著减少废水处理和二氧化碳的连续排放有重要的贡献，二氧化碳减排量约 291 吨。

**291**

年度二氧化碳减排量约 291 吨



### 大宝推进工厂绿色照明项目

2015 年，北京大宝化妆品有限公司开展了绿色照明改进项目。将大宝生产区域和库房照明使用的 820 盏普通荧光灯替换为 LED 灯具。替换前普通照明灯，单支平均能耗约 40W，替换后的 LED 灯具单支平均能耗降低 20W。仅节能灯具替换一项，大宝化妆品有限公司年节电 129,600kwh，折合减少二氧化碳排放 129.6 吨 / 年。

|                | 项目前  | 项目后   |
|----------------|--|-------|
| 光源类型           | 荧光灯  | LED 灯 |
| 单支消耗           | 40W  | 20W   |
| 改造区域、数量和社会经济效益 | 1. 改造区域为生产区域和仓库 2. 改造数目为 820 盏<br>节约电量 = (荧光灯功率 - LED 灯功率) * 820 * 24 * 年生产天数 / 1000 = 129600 (kwh)。折合减少二氧化碳排放量 129.6 吨 / 年。 |       |

**129.6**

大宝化妆品有限公司年节电 129600kwh，折合减少二氧化碳排放 129.6 吨 / 年



## 践行绿色环保公益

保护环境和自然资源，是强生关爱社会的重要环节，也是每一名强生员工在实践信条中应履行的社会责任。我们通过开展在中国持续开展海滩清洁公益项目、饮用水源保护项目以及濒危物种保护项目等，用实际行动传递我们的信条精神、环保理念及可持续发展愿景。

### 强生在华持续开展海滩清洁公益项目

十年前，强生美国总部研发包装工程师们向全球研发包装同事们发出倡议，在每年9月第三个星期六（国际海洋清洁日）同去海滩捡拾垃圾。只为了这份坚守。十年至今，每当9月国际海洋清洁日，在专业致力海洋环境保护的公益组织“仁渡”的有序安排下，近百名强生的志愿者、家庭志愿者（员工家属和小孩）、数十个智障儿童和自闭症儿童的特殊家庭，共同来到东海边，让志愿者的大手搀着小手，让一个家庭跟着另一个家庭，将一只只废塑料瓶放进大口袋。

### 西安杨森认养熊猫宝宝推动生物多样性保护工作

强生在华积极关注并始终致力于中国生物多样性保护工作。2008年，西安杨森公司在陕西省珍稀野生动物抢救饲养研究中心认领了两只大熊猫幼崽，并分别给他们冠名“杨杨”和“森森”。此举是西安杨森推动中国野生动物繁育与生物多样性保护的一项重要工作，为进一步加强秦岭大熊猫保护，拓宽和深化秦岭大熊猫研究，促进大熊猫人工圈养种群的稳定增长和发展壮大。

## 合规管理

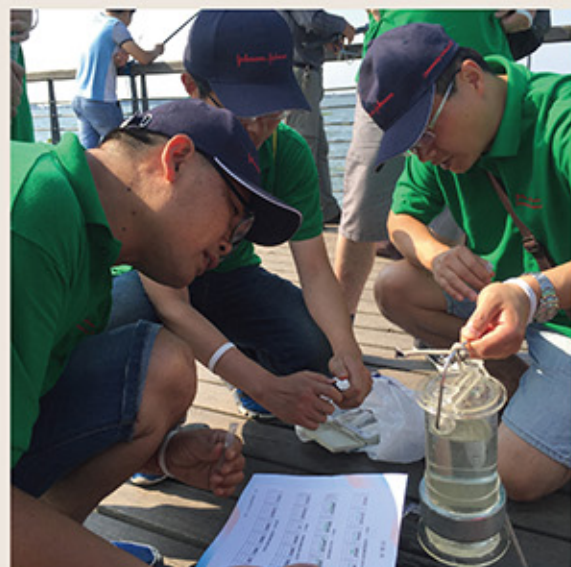
坚持合规经营是强生公司持续成功的关键因素之一。强生公司始终要求每一位员工必须正确行事、秉承最高的诚信标准、恪守信条精神，共同建立健康积极的公司合规文化，实现公司的可持续发展。无论外部环境如何变化，合规经营始终是强生公司引以为豪的企业文化，强生公司的合规管理也成为了行业典范。

### 完善的合规管理组织

全球每一家强生运营公司都设有“合规委员会”。该合规委员会由公司董事会主要成员和专职的医疗保健合规官组成，负责制定和执行公司合规管理政策、确保业务战略符合公司的合规要求，并制定解决方案。除合规委员会外，公司还建立了一支专业的、独立的合规管理团队，由其全面负责和监督各项合规政策与流程的实施情况，并定期向公司管理层提供反馈，就完善公司合规管理提出具体建议。

### 强生在华开展“黄浦江”上游水源保护活动

强生一直通过持续开展饮用水源保护项目践行着我们对保护环境和社区的承诺。2015年，强生在华的200名员工及家属参与了“2015黄浦江上游水源保护活动”。水源保护活动开展至今已有5个年头，5年间，强生员工通过河岸清洁、清除侵略性植物、种植庄稼、水质检测等方式切身参与水源保护，增强了环保意识，并且希望通过这些活动践行强生公司的信条、可持续发展战略愿景和强生“健康未来2020”倡议。



## 健全的合规政策

强生公司有责任依照适用的反腐败法律法规（包括美国反海外腐败法和中国反腐败法律法规）、行业行为规范及行业标准开展业务。为此，强生制定了适用于全球所有运营公司的《国际医疗保健业务诚信指南》。在中国，强生各在华运营公司就日常经营中涉及的业务环节和活动类型，制定了适用于本地的合规政策与流程，并适时依据外部法律法规以及内部业务经营的变化进行修订。

同时，强生还高度重视业务合作伙伴的合规管理体系建设。公司积极与我们的业务合作伙伴交流、分享合规管理的经验，帮助其建立符合自身业务经营特点的合规管理体系，以期与我们的业务合作伙伴建立合规的、可持续的业务合作关系。

### 强生公司加强对第三方中介机构的合规管理

2015年，强生公司先后对4家服务供应商开展了合规管理项目，以确保其提供的服务符合强生的合规要求，并帮助这些供应商建立有效的内部合规管理体系。强生公司旨在与我们的优选供应商建立合规的、可持续的合作伙伴关系，并成为行业中合规管理的领头羊。

“强生是第一家也是唯一一家帮助我们提高合规管理的客户。现在，合规已经成为我们的竞争力了，这让我们在其他客户面前有竞争的优势。”

——上海泰众会展服务有限公司  
副总经理 张群

## 有效的合规培训与沟通

有效的合规培训与沟通是合规管理重要的组成部分。公司开展了包括医疗保健业务诚信年度线上培训、全员/业务部门合规政策与流程培训、新合规政策与流程培训、针对公司管理层和中高层管理人员的专项合规培训，以及新员工和新晋升的地区/大区经理的专项合规培训等在内的多样化培训。除此之外，公司还对向业务合作伙伴开展反腐败及相关合规政策的培训。除培训外，公司还会就合规管理的重要举措、新合规政策、流程以及公司高层对于合规的要求与期望等，针对公司全员或相关部门发布沟通函。同时，我们还利用电子邮件及时向员工宣传合规政策和动向，并搭建专门的电子平台及时解答员工的问题。

### 强生医疗开展年度经理人合规培训

2015年2月，强生医疗经理人年度合规培训在上海举行。共计870位经理人通过案例分析对“落实经理人对问责机制”进行了讨论与分享，明确了经理人担负起合规管理责任的重要性。同时，通过对责任感和使命感的阐释，进一步要求全体经理人提升对合规管理的主人翁意识，也体现了强生公司始终贯彻信条价值、走合规发展道路的决心。

## 全面的合规监控

合规政策和流程的制定与落实对合规管理同样关键。强生公司建立了从事前审批、到现场监督、再到事后检查的全方位、多角度并具有时代特色的合规监控体系。此外，公司还利用不断完善的电子平台和信息系统开展数据监测等多项内部控制举措，并通过大数据分析，及时、有效地防范潜在的合规风险并制定解决方案。

## 规范的内审机制

强生公司从全球总部、亚太等地区、再到在华子公司都设有专门的审计与监控团队，定期对各个强生子公司的合规管理情况进行全面内审，从而评估合规管理的执行情况、推动公司不断提高合规管理的执行效果。除此之外，强生还聘请外部第三方专业机构开展专项审查监控，以帮助公司进一步防范潜在的合规风险。

## 严厉的惩戒机制

强生为合规政策的落实制定了完善的监督与举报机制，员工可以通过多种形式和途径（如匿名或实名邮件、由独立第三方管理的匿名或实名举报电话和网站等）向公司举报违规行为。对于所反映的问题，公司秉持公平公正和严谨认真的态度，遵循严格的调查流程对举报行为进行调查，坚决奉行“零容忍”的违规惩戒态度开展整改与惩戒措施。同时，公司还制定了相关措施保障善意举报员工的利益。

## 积极向上的合规文化

公司始终高度重视合规文化的建设，通过以下举措有效地推动了公司合规文化的建立：总部、亚太等地区和本地公司的管理层在各种场合始终强调合规和诚信经营的重要性，以及公司对不合规行为的零容忍态度；不断强化中层、基层管理人员的合规管理责任，提供专门的培训，强化合规管理意识，真正担负起团队合规管理的责任；不断强化每位员工的合规意识和责任，将合规作为员工业绩考评、职务晋升和惩戒的重要考量指标；举办形式多样的合规文化建设活动，努力打造优秀的公司合规文化。

### 西安杨森“文化大使”活动

西安杨森于2015年开展的“文化大使”活动，旨在通过“文化大使”传达和宣传公司合规政策并建设公司合规文化，使合规理念能够植根于每一名一线员工的心中，使其能够更好地按照公司合规要求开展业务活动。该活动得到了公司各级员工的积极响应，目前，公司已在业务人员中发展和培养了一批80余人的“文化大使”团队。

## 展望 2016



因爱而生  
Johnson & Johnson  
强生

**2016年**，我们将一如既往地支持中国社会的发展与进步，充分发挥强生跨领域的优势，做好“全球布局，本土深耕”，以人才为基石，以创新为动力，助力实现“健康中国”战略，为中国社会创造更加健康的未来。

**2016年**，强生在追求实现企业价值的同时，时刻牢记持续服务中国社会、回馈中国社会的承诺。我们将继续践行信条的价值观，秉持强生在华可持续发展愿景和“因爱而生”的理念，整合强生在华企业的优势、资源和力量，深入推动强生在华企业公民责任的实践。

**2016年**，强生将持续开展创新研发，积极打造变革性的创新医疗保健方案和商业模式；不断完善产品质量，提升客户服务能力，塑造企业质量文化，推动供应链管理与合作，以创新的产品和服务，为中国消费者和病患带来健康福祉。我们将不断完善强生在华人才战略，包括招聘和人才培育与成长工作，加强员工关爱，成就员工价值。我们将继续秉承“关爱全世界，关注每个人”的承诺，持续开展员工志愿服务活动，积极支持中国公益慈善事业环境保护事业，并根据中国社会的需求开展更多更好的公益项目。

**未来**，我们将继续秉持“因爱而生”的理念，发挥强生在医疗保健领域的优势地位和专业能力，携手各界，为中国建设健康社会持续贡献力量。

