



企业社会责任报告



无限极2014年度
企业社会责任报告



健康 员工
社区 环境 伙伴
品质



集团主席的话

坚定梦想 责任助航

伴随2015年的钟声敲响，无限极第三个五年发展计划顺利完成。

过去的五年，企业社会责任的视角，深刻改变了我们的认知，也改变了这个时代。更多的人明白，一家企业要基业长青，就必须承担企业社会责任。

企业社会责任对企业发展具有实质性的意义。

首先是放大镜的作用，透过对利益相关方的影响作为线索，让员工发现工作的全部意义，让工作一下子变得有意思；这个意义和有意思，会成为内生的激励源，不仅激发员工的工作热情，也会激发员工的责任感；企业社会责任要求企业站在生态圈的整体视角，将企业独特优势与社会热点问题相结合，找到企业发展的方向，成为企业制定战略的指南针，创造最大的社会价值；企业社会责任的沟通还能产生信任的力量，提升企业与利益相关方的互信关系；履行企业社会责任的综合效果更是企业实现可持续发展的根本途径。

“三五”期间，无限极的企业社会责任实践的脚步，从自发到自觉、从零散到系统、从责任报告到责任管理。我们确定企业社会责任战略，制定完整的企业社会责任理论体系；发布《无限极企业社会责任承诺》，编制企业社会责任读本加快责任认知的集体提升；成立思利及人公益基金会，推行创新的公益模式，搭建推动社会责任发展的平台……

时代发生了巨大的变化。互联网、移动互联、甚至会发展到万物互联，不仅把我们从习惯的现实生活中连根拔起，移植到一个更加快捷、更为便利、更多变化、更多可能的环境当中，也在各个领域、各个层面催生了翻天覆地的变化。

世界在加速变化，变化充满挑战，挑战产生焦虑，但无须畏惧，因为在所有变化当中，仍然有一些不变的东西让我们对未来依然拥有信心。比如，加强沟通就会增加信任；比如“作事惟思利及人”；比如人类社会化需求的核心内容仍然是利他与合作。面对变化，我们始终要做到的是站在社会的整体立场上，思考如何做一些有利于我们大家的好事情，并全力做好它。

2015年，我们迎来一个全新的时代，也迎来无限极第四个五年计划的开启。我们将坚定梦想，充分发挥企业社会责任的独特作用，用创新的方法构建一个可持续发展的生态圈和价值链，携手进步，共创价值。

让我们共同借用“责任”的视角，释放责任的力量，在追逐梦想的道路上一起飞翔。

李惠森
李锦记健康产品集团主席兼行政总裁
无限极（中国）有限公司董事长

企业社会责任报告

编写说明

• 时间范围：

2014年1月1日-12月31日，部分内容超出上述范围。

• 发布周期：

无限极企业社会责任报告为年度报告，本报告为无限极继2007年度、2008年度、2009年度、2010年度、2011年度、2012年度、2013年度后的第八本报告。

• 编写依据：

参照全球报告倡议组织GRI《可持续发展报告指南》（2006版）编写。

• 涵盖内容：

与无限极的业务覆盖区域一致，包括无限极在海外的内容。

• 重大变化：

2014年，是无限极第三个五年计划的收官之年，通过报告中“主席的话”、“企业概况”、“责任竞争力”等篇章融进了收获“三五”、迎接“四五”的元素和内容，令报告体现出“时代”变化与特色；从顾客导向出发，根据利益相关方在阅读报告时所

关注内容的不同，在延续编制完整版报告的基础上，针对无限极的经销商开发了业务市场版本的报告，将内容提炼，突出他们关切的议题内容，让报告更贴合不同利益相关方的实际阅读习惯和需求，提升顾客体验；开发、制作微杂志形式的电子报告，采用动态呈现形式，语言更加平实和亲切。同时，形成二维码印刷在纸质版报告中，利用移动互联网技术推动报告在移动终端的点击、转发，实现线上线下的分享与互动；为关照海外的利益相关方读者，在今年，首次编写和发布英文报告。

• 资料说明：

本报告引用的2014年资料为最终统计数，部分资料与《无限极2013年度企业社会责任报告》略有差异。

• 改进方向：

用更加平实、质朴的文字编写报告，拉近与读者的距离，让报告显得“亲近”起来；表达形式更加精炼，篇幅缩减，提高对报告的阅读效果，令读者更容易掌握报告中披露的信息点。

• 报告获取：

《无限极2014年度企业社会责任报告》（中文简体电子版）可登陆以下网页获取：
<http://www.infinitus-int.com/>或<http://www.infinitus.com.cn/>

《无限极2014年度企业社会责任报告》（中文繁体电子版）可登陆以下网页获取：
<http://www.infinitus-int.com/>

《无限极2014年度企业社会责任报告》（英文电子版）可登陆以下网页获取：
<http://www.infinitus-int.com/>

注：企业社会责任Corporate Social Responsibility，简称CSR

企业社会责任报告

目录

- 01、 集团主席的话
- 02、 编写说明
- 03、 企业概况
- 04、 责任竞争力
- 05、 2014年度企业社会责任实践
 - 健康责任篇
 - 品质责任篇
 - 员工责任篇
 - 伙伴责任篇
 - 环境责任篇
 - 社区责任篇
- 06、 展望2015
- 07、 报告GRI对标
- 08、 2014年无限极发展大事记
- 09、 专家点评

企业社会责任报告

企业概况

李锦记健康产品集团隶属于香港百年企业李锦记集团，其业务包括中草药种植，中草药健康产品研发、生产、销售及服务，移动互联网平台和地产投资，其总部设在中国香港。截至2014年12月31日，集团旗下拥有雇员近4,000名。



企业概况

发展规模

目前,集团旗下成员包括:无限极(中国)有限公司(以下简称无限极(中国))、无限极(香港)有限公司(以下简称无限极(香港))、无限极国际有限公司(以下简称无限极(台湾))、无限极国际(马来西亚)有限公司(以下简称无限极(马来西亚))、天方健(中国)药业有限公司(以下简称天方健)、爽乐健康科技有限公司(以下简称爽乐)。

无限极(中国)于1992年成立,以“无限极”为核心品牌,从事中草药健康产品开发、生产及销售,行政总部位于中国广州。截至2014年12月31日,已在中国内地设立36家分公司、28家服务中心,拥有超过5,000家专卖店。

无限极(香港)、无限极(台湾)、无限极(马来西亚)均于2010年正式成立,主营中草药健康产品,以“无限极”为核心品牌,总部分别位于中国香港、中国台北和马来西亚吉隆坡。

无限极新会生产基地位于广东省江门市,累计投资超过30亿元人民币,占地面积约20万平方米(300亩)。主要包括生产大楼、检测中心、无限极养生文化体验中心、无限极中草药园、无限极大学等。基地已通过ISO9001:2008、GB/T22000-2006/ISO22000:2005、HACCP及保健食品GMP四项认证,其检测中心已获得“国家认可实验室”称号。营口生产基地位于辽宁省营口市,项目首阶段总投资15亿元人民币,占地面积约35万平方米(500亩)。主要包括生产大楼、技术中心、参观展厅、无限极大学(营口)校区等。基地全面符合ISO9001、ISO22000、HACCP及保健食品GMP的标准。至2019年,无限极的年产品供应能力将超过500亿元人民币。

天方健将于2015年初正式成立。其主营业务包括中草药种植管理、销售等,致力于提供“高质量、好功效、真地道”的中草药原材料,确保为顾客创造更高的价值。

爽乐将于2015年初正式开始运作。爽乐主要致力于搭建移动互联网平台(即:HeHa App),建立爽社群;通过体验、分享与互动,实现“帮助他人生活得更爽”的使命。



企业概况

企业文化

“思利及人”是李锦记健康产品集团的核心价值观,并以此形成了独特的企业文化,包括:

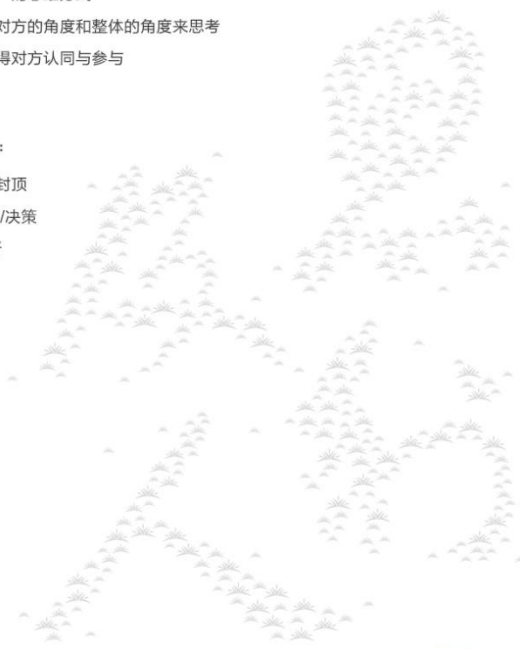
- ▶ 核心价值观——思利及人
- ▶ 自动波领导模式
- ▶ 永远创业精神

“思利及人”的意思是“做事先思考如何有利于我们大家”,包括3个要素:

- ▶ 直升机思维:从“我”到“我们大家”的思维方式
- ▶ 换位思考:走出“我”的局限,站在对方的角度和整体的角度来思考
- ▶ 关注对方感受:让对方感到尊重,取得对方认同与参与

“永远创业精神”具体包括3个方面:

- ▶ 心态——赢的心态、突破创新、永不封顶
- ▶ 技能——领导变革、借力/整合、规划/决策
- ▶ 行为——6677、敢作敢当、鼓励创新



企业概况

企业文化

“融合在细节”企业文化研修会

2013年12月，公司通过中国企业文化管理测评标准2.0评测，被中国企业文化管理协会授予“全国企业文化示范基地”牌匾。在2014年5月16-17日，由中国企业文化管理协会企业文化管理专业委员会主办、无限极（中国）协办的“践行社会主义核心价值观实践学习第一站暨融合在细节企业文化研修会”在粤举行。

研修会将无限极发挥核心价值观作用的实践与时下国家大力倡导的社会主义核心价值观的行动联系在一起，引发新华社、中新社等媒体的专稿报道。本次活动亦发挥了无限极作为文化示范基地的交流作用，有助于推动企业文化作用的释放。



常丕军副主席致辞

郑启清会长分享

钟维康高级副总裁致辞



企业概况

企业文化

在“港澳台海外杰出人士燕赵讲堂”上分享企业文化与管理理念

5月30日，在河北省委统战部主办的“港澳台海外杰出人士燕赵讲堂”上，李锦记健康产品集团高级副总裁、无限极（中国）有限公司行政总裁俞江林先生向300余名河北企业家分享了无限极的经营哲学——“自动波领导模式”。

河北地方主流媒体《河北日报》发布3/4版大篇文章，详细还原了俞江林先生对于“自动波领导模式”的分享。这篇报道，反映了公司的经营哲学具有普适的价值，具有启示的效应。



无限极连续三年获颁“中国企业文化影响力十强”

12月13日，由中国文化管理协会主办的“2014中国企业文化管理年会”在京召开。无限极（中国）连续第三年被授予“中国企业文化影响力十强”称号，李锦记健康产品集团主席兼行政总裁、无限极（中国）有限公司董事长李惠森先生连续第三年被授予“中国企业文化领军人物”称号。



企业概况

无限极企业理念

无限极秉承李锦记健康产品集团“思利及人”的核心价值观，以“弘扬中华优秀养生文化，创造平衡、富足、和谐的健康人生”为使命，创造了独特的健康理念——“养生固本，健康人生”，使企业文化与健康理念成为企业的独特竞争力。20多年来，坚持守法经营，市场规模不断扩大，越来越得到社会和消费者的认可，成为行业的领军企业之一。



企业概况

无限极“三五”成果

“三五”基本内容

2010-2014年，无限极实施主题为“坚持优势，跨越发展”的三五发展计划，纲要为“三个坚持 五大发展”，具体是：

三个坚持：

- 使命与梦想
- 文化与理念
- 主场与定位

五大发展：

- 业务队伍
- 品牌建设
- 产品开发
- 海外市场
- 经营环境

“三五”成果及评价

五年来，无限极保持了稳健的发展势头，销售业绩以两位数的速度增长，比“二五”期间增长了2.2倍。业绩规模位居世界直销行业前12位。在市场规模、平台建设、品牌形象和业务队伍等方面取得了创新突破和跨越发展，可以用“稳”、“跃”、“变”三个字来概括：

稳 保持一贯稳健的经营作风，稳扎稳打，稳中求进，实现了企业的持续稳健发展。

跃 在业务队伍、品牌建设、产品开发和经营环境等方面，推出了一系列历史性的重大举措，奠定了无限极跨越发展的基础。

变 与时俱进，主动变革，突破创新，新产品、新品牌、新形象、新基地、新媒体等不断涌现，市场和公司的面貌发生了翻天覆地的变化。

企业概况

十大荣誉

“三五”期间的十大荣誉

1	荣获“中国食品安全十强企业”
2	获国家批准设立博士后科研工作站
3	产品检测中心被评定为“国家认可实验室”
4	提交147项专利申请
5	67款产品被认定为“广东省高新技术产品”
6	客服中心通过4PS国际标准认证
7	荣获“卓越雇主——中国最适宜工作的公司”
8	广东省纳税百强企业
9	荣获“中国企业文化影响力十强”
10	荣获“中国企业社会责任特别大奖和公益奖”

企业概况

无限极品牌

无限极的品牌主张是“相信自己无限极”。意思是：每当我们确信自己能行，这个念头会使我们的内心滋生出一股力量，帮助我们战胜一切困难，坚持到底，直到成功。

2014年5月14日，无限极发布了2014年无限极产品品牌传播口号“调养根本 免疫增健”，将品牌主张和健康理念具体化，让蕴含无限极独特优势的产品有了直接易懂的表达，加快释放无限极品牌价值的独特魅力。



荣登《中国500最具价值品牌》排行榜第46位

6月25日，无限极荣登世界品牌实验室（World Brand Lab）发布的2014（第十一届）《中国500最具价值品牌》排行榜第46位，品牌价值达368.89亿元人民币。究其原因，无限极认为是“责任”让无限极在激烈的品牌浪潮角逐中脱颖而出，是“责任”成就了今天的无限极品牌成长。



无限极（中国）李冰总经理发表主题演讲

企业概况

重要奖项

责任类别 / 奖项名称 / 颁发机构 / 奖牌

健康 责任	大型骨干企业	广东省政府	
	《中国500最具价值品牌》 排行榜第46位	世界品牌实验室 (World Brand Lab)	
	中华中医药学会先进团体 会员单位	中华中医药学会	
	全国质量文化建设标杆单位	中国质量协会	
品质 责任	2013年度中国轻工业 专项能力百强企业	中国轻工业联合会	
	2013年度中国轻工业 研发创新先进企业	中国轻工业联合会	
	2013年度化妆品行业 十强企业	中国轻工业联合会	
	2013-2014年度中国香料香 精化妆品工业协会法规事务 专项工作特别贡献奖	中国香料香精化妆品 工业协会	
	广东省名优企业先进单位	广东省名优企业打假协会	

企业概况

重要奖项

责任类别 / 奖项名称 / 颁发机构 / 奖牌

品质 责任	中国食品安全百家诚信 示范单位	中华人民共和国海关总署、 国家工商行政管理总局、 国家质量监督检验检疫总局、 国家粮食局和中国食品工业协会	
	供应商质量管理示范单位	中国质量协会、 卓越国际质量科学研究院	
	全国现场管理五星级	中国质量协会	
	2014 WIAL 医疗保健行业 行动学习奖	WIAL (国际行动学习协会)	
员工 责任	中国企业文化影响力十强	中国企业管理协会	
	员工好雇主	中国外商投资企业协会	
	2014年广州日报最佳雇主 综合奖	广州日报	
	中国好雇主优秀企业奖	太和顾问	
	2014年度中国最佳雇主	国际人力资源管理协会、 中国最佳雇主年度评选组委会	

企业概况

重要奖项

责任类别 / 奖项名称 / 颁发机构 / 奖牌

员工
责任 2014 最佳绩效管理策略 / 前程无忧

伙伴
责任 第八届管理行动奖 / 《商业评论》

环境
责任 新会区人民政府 / 新会区十大最绿厂企称号

李惠森先生荣获“2014年
中国禁毒爱心人士”荣誉称号 / 国家禁毒委员会、
中国禁毒基金会

李惠森先生荣获“2014年度
中国最具社会责任企业家” / 国际人力资源管理协会、
中国最佳雇主年度评选组委会

社
区
责
任 杰出企业社会责任奖 / 香港《镜报》

金蜜蜂2014优秀企业
社会责任报告·长青奖 / 《WTO经济导刊》

社区好邻居 / 中国外商投资企业协会

中国企业社会责任榜
杰出企业奖 / 第一财经



(注：以上奖项颁发时间均发生在2014年间)

企业概况

集团及成员信息



李锦记健康产品集团

联系电话：(852) 2660 3200
地址：香港中环德辅中199号无限极广场38层
网址：www.infinitus-int.com

李锦记健康产品集团成员



无限极（中国）有限公司

联系电话：(8620) 3816 8888
地址：广州市天河区珠江新城珠江江西路12号无限极中心17层
网址：www.infinitus.com.cn



无限极（香港）有限公司

联系电话：(852) 2661 1900
地址：香港铜锣湾告士打道311号皇室大厦17楼1701室
网址：www.infinitus.com.hk



无限极国际有限公司

联系电话：(886) 2 2703 8222
地址：10665 台北市大安区复兴南路1段303号5楼
网址：www.infinitus-int.com.tw



无限极国际（马来西亚）有限公司

联系电话：(603) 8079 1828
地址：B-02-05, Level 2, IOI Boulevard, Jalan Kenari 5, Bandar Puchong
Jaya, 47170 Puchong, Selangor, Malaysia
网址：www.infinitus.my

企业社会责任报告

责任竞争力



责任竞争力

责任态度

企业社会责任必须做!

社会责任理论体系



责任竞争力

核心价值体系

• 使命

无限极以“弘扬中华优秀养生文化，创造平衡、富足、和谐的健康人生”为使命。

• 核心价值观

“思利及人”是指做事先思考如何有利于我们大家，包括三个要素：直升机思维、换位思考、关注对方感受。它是无限极承担企业社会责任的出发点和文化内涵。

责任竞争力

责任行动准则

在无限极的发展历程中，始终把“思利及人”核心价值观贯穿于企业生产经营的全过程，凝聚社会的力量，不断突破创新，追求与利益相关方效益的共同提升与进步。为此，我们在社会责任方面制定了以下行为准则：

坚持一个文化核心

- “思利及人”，包含三个要素：直升机思维、换位思考、关注对方感受。

遵循一个原则

- 发挥企业独特优势，解决社会问题。

坚持三个同步提升

- “责任意识”与“履责能力”同步提升；
- “责任管理”与“责任实践”同步提升；
- “责任沟通”与“责任效能”同步提升。

恪守一个社会责任承诺

- 努力为消费者不间断地提供优质产品和服务，使消费者安心消费；
- 不断完善健康产品品类，满足消费者不同的健康需求，努力提高公众的健康水平；
- 平衡员工工作与生活，帮助员工实现自我价值，与员工共享发展成果；
- 与伙伴共同应对新时期新挑战，帮助伙伴延续健康事业，与伙伴创造共享价值；
- 最大限度减轻生产运营过程中对环境的影响，与供应商、公众一道共筑美丽中国；
- 参与社会公益事业、扶贫助困，推动社区经济文化发展，构建并维护和谐、稳定的社会大家庭。

坚持推进直销行业社会责任管理水平

- 积极分享社会责任管理实践的成果，促进直销企业持续关注社会责任、提高社会责任管理水平，推进直销行业健康发展。

责任竞争力

利益相关方及沟通体系

利益相关方	责任定位	沟通方式与渠道
投资者	及时准确披露经营状况和重大事项信息，提供合理投资回报。	沟通会议 企业社会责任报告 通报 网站
员工	保证员工实现其平等就业和择业权，获得劳动报酬的权力、休假权、劳动安全卫生保障权、社会保险福利保障权等法律义务，提供员工培训、发展的资源。	满意度调查 企业社会责任报告 公告栏 办公系统 网站、微信
顾客	提供高品质产品，提供优质服务，保障顾客监督权，获得有关知识、安全权、公平交易权、知情权、自主选择权，保障客户求偿的权力等。	服务热线 企业社会责任报告 网站、微信 满意度调查
政府与行业 (包括竞争对手)	严守行业法规与政策，积极配合政府监管，以理性的态度开展竞争，共同营造健康、有序的竞争环境。	拜访 信息报送 专题会议 企业社会责任报告 政策建议 网站
伙伴	为业务人员提供“三平衡”的创业机会和事业保障，与供应商建立良好的合作关系，实现与伙伴共赢。	服务热线 月刊杂志 网站、微信、信息平台 满意度调查 手机报、手机网 沟通会议 企业社会责任报告 走访
社区与公众 (包括媒体)	为当地居民提供就业机会，关注生产环境对居民的健康产生的影响，承担环境责任，推动全民健康，帮助社会弱势群体。	志愿服务 企业社会责任报告 沟通活动 网站

责任竞争力

“三五”期间企业社会责任管理发展的八大进程

无限极自1992年成立起便开启了责任之旅。2008年，无限极发布了第一本企业社会责任报告，《无限极2014年度企业社会责任报告》是无限极连续发布的第八本报告。

2010-2014年是无限极的第三个五年发展计划，期间通过每年度企业社会责任报告的发布，带动企业社会责任管理的发展，加快了企业责任进程的步伐，推动无限极进入了发展的快车道。



1 确立社会责任目标

2011年，无限极确立了社会责任目标——通过提升员工与业务伙伴的企业社会责任意识，在健康、品质、员工、伙伴、环境和社区方面履行责任，实现平衡、富足、和谐的健康人生。

2 确立六大责任

2011年，基于无限极运营基础、经营特色及主要利益相关方分析，确定无限极通过致力于健康、品质、员工、伙伴、环境和社区六大方面履行社会责任。

责任竞争力

“三五”期间企业社会责任管理发展的八大进程

3 发布《无限极企业社会责任承诺》

2012年3月21日,无限极郑重地发布了《无限极企业社会责任承诺》。把企业的责任意识从隐性层面提升到显性层面,为落实责任指明了方向,标志着进入一个里程碑式的新阶段。2013年,随着企业社会责任认知的进一步深化与提升,《承诺》中的六大责任先后顺序也进行了相应调整。



4 举办高峰论坛,助推各行企业践行社会责任

2012年5月26日,由无限极携手《WTO经济导刊》和腾讯财经共同举办的“责任沟通 创造价值——社会责任报告专题研讨会”在京举行。行业专家、企业代表、清华、北大等高校专家和研究生,及媒体近百人共同参与,分享与研讨责任报告推动责任发展方面的经验。102家媒体进行了报道,传播覆盖人群超2亿人次。



5 编制员工CSR教材

无限极于2012年9月启动编写《无限极企业社会责任ABC》手册,并于2013年7月完成印刷及发布。该手册的目标在于以通俗易懂的表达方式,面向员工普及社会责任理念和基础知识,帮助员工了解无限极责任管理体系,清晰自身岗位工作与社会责任的关系,指导员工发掘本职工作



责任竞争力

“三五”期间企业社会责任管理发展的八大进程

6 成立思利及人公益基金会

为传承“思利及人”的核心价值观,搭建更广阔的公益平台,2012年12月,无限极(中国)捐赠2,000万元人民币申请的“思利及人公益基金会”正式成立。它以关注大众健康、凝聚社会爱心力量、推动社会和谐与进步为宗旨,在健康、扶贫助教、助弱赈灾范围内开展公益活动。



7 从生态圈的视角出发,提升企业CSR战略

2013年,随着公司对企业社会责任认知的进一步提升,在整个生态圈的视角下,无限极确定把健康责任作为关键内容,通过健康+5大责任内容(品质、员工、伙伴、环境与社区),将企业社会责任引入到企业的战略层面,构建一个具有企业社会责任的企业生态圈和价值链。

8 通过创新的公益模式,解决社会热点问题

2013年无限极透过思利及人公益基金会发起“思利及人助学圆梦项目”,目标是帮助解决15-18岁贫困青少年的职业教育问题。无限极根据社会急需岗位,结合自己在健康领域的专业优势,选择专业课程,通过与政府、职业学校三方携手,为品学兼优的贫困青少年提供全额资助和学习机会,圆其“学习一技之长并能自食其力”的梦想,该项目具有创新、融合、自助、传承、贡献五大特色。



责任竞争力

2014年无限极企业社会责任建设

1 提升认知，促进员工将CSR融入岗位工作

• 举办企业社会责任公开课

8月26日，2014年企业社会责任公开课在无限极中心举行，来自28个部门（组）的共计42名员工代表参加活动。

公开课从“什么是企业社会责任”、“企业为什么要有社会责任”、“企业如何做好社会责任”和“企业社会责任与日常工作的关联是什么”这几个方面向员工普及企业社会责任知识，提升员工的认知，并促进员工将社会责任融入到日常的工作中。

企业是透过员工服务顾客、满足需求，赢得顾客的好体验，所以提升员工对社会责任的认知，体会工作的意义，有助于提供优质的客户体验，推动企业的可持续发展。



责任竞争力

2014年无限极企业社会责任建设

2 积极参与，助推直销行业企业社会责任建设

• 参加直销企业履行社会责任与保护消费者权益座谈会

3月7日，在国家工商行政管理总局直销监管局的指导下，由中国消费者报社、中国消费网主办，主题为“凝聚共识，规范发展”的直销企业履行社会责任与保护消费者权益座谈会上，李锦记健康产品集团高级副总裁杨国晋先生就直销业履行社会责任和消费者权益保护问题作了主题发言。

直销企业践行企业社会责任，是保障消费者权益、构建健康有序市场环境的有效路径，有助于直销行业的蓬勃发展。



• 参加全国直销企业直销培训工作座谈会

4月22日，国家工商总局直销监管局、直销企业注册地13个省工商局和所有获批的直销企业在杭州举行“全国直销企业直销培训工作座谈会”，国家工商总局直销局沈根申局长和李毓助副局长等参加了此次会议，无限极（中国）有限公司副总裁黄健龙先生代表无限极（中国）就《关于规范直销培训的意见》发言。



责任竞争力

2014年无限极企业社会责任建设

• 参加直销行业工作会议

8月27日，全国直销监管工作座谈会在吉林松原举行，全国31个省市的主管副局长和主管处长，48家直销企业的高管等100多人出席了会议，国家直销总局在会上做重要讲话。李锦记健康产品集团高级副总裁杨国晋先生代表港资企业就公司如何履行企业社会责任和加强企业自律方面在会上做重要发言。



• 无限极（香港）任职新一届香港直销协会

11月25日，为庆祝成立35周年，香港直销协会在香港世界贸易中心举行了周年午宴暨新一届香港直销协会理事会成员就职宣誓仪式。无限极（香港）总经理欧锦鸿先生代表无限极（香港）出任司库一职。

恪守商业道德是直销行业健康发展的重要基石，无限极任职行业专属协会，将助力与行业同仁共同提升行业商业道德，切实保障消费者权益，促进直销业健康发展。



责任竞争力

2014年无限极企业社会责任建设

• 参加北大直销中心2014年年会

11月29日，北京大学中国直销行业发展研究中心召开2014年年会，主题为“新经济、新价值、新管理——新经济背景下直销行业发展的新挑战”。政府部门领导、学术单位和企业负责人等逾百位代表出席会议。

李锦记健康产品集团高级副总裁杨国晋先生在年会上就新技术为直销企业带来的新机遇和新挑战发表主题演讲时指出，直销行业应借力新技术，规范直销运作，加强自身建设，持续优化提升直销运作服务水平，放大直销自身的独特魅力。



3 学习与交流，促进企业社会责任的发展

• MIT教授专场分享活动

6月20日，美国麻省理工大学（英文简称“MIT”）教授王瑾女士受李锦记健康产品集团之邀，在无限极中心进行了一次演讲分享。

演讲以“Web2.0与公益”为主题，具体分享了“社会化媒体的传播文化的特征”、“社会化媒体对公益有什么用处”以及“中国公益2.0项目”三个方面的内容。演讲通过举例著名的运用2.0的企业社会责任案例、NGO案例等前沿资讯阐述了新媒体给CSR带来的新思维和实践。

活动通过王瑾教授的精彩演讲及开放的交流互动，帮助李锦记健康产品集团的管理层和员工等开拓了CSR视野，提升了对CSR的认知，启发了更多的运用CSR的创新思维。



责任竞争力

2014年无限极企业社会责任建设

• 受邀在“首席责任官CSR公开课”中分享经验

8月22日,《第一财经日报》在中山大学岭南学院举办了“首席责任官CSR公开课(第十三期)”活动。该活动以企业的慈善公益行为为主题,结合企业基金会的运营实务与优秀案例分享,共同探讨公益使命和商业模式跨界结合的创新之路。

受主办方邀请,李锦记健康产品集团企业社会责任部总监麦兴桥先生代表公司在活动现场进行了“公益的意义”主题演讲,分享了公司的公益理念和实践经验,与现场的专家学者、企业代表互动交流,促进企业社会责任的发展。



• 参加《镜报》“策略性企业社会责任”与“可持续发展利润链”高峰论坛

9月11日,由香港《镜报》举办的“‘策略性企业社会责任’与‘可持续发展利润链’高峰论坛”在香港友邦金融中心举行。前香港财政司司长、香港南丰发展有限公司行政总裁梁锦松先生、李锦记健康产品集团高级副总裁杨国晋先生等作为受邀嘉宾出席论坛,并围绕企业社会责任议题发表重要讲话。

公司在《镜报》的论坛上分享企业社会责任方面的思考 and 实践,既是学习和吸收的过程,有利于企业履行社会责任,也是推动帮助更多企业共同创造和谐社会的具体实践。



责任竞争力

2014年无限极企业社会责任建设

• 参加第11届中国人力资本管理大会

10月31日,无限极(中国)受邀参加第11届中国人力资本管理大会,李锦记健康产品集团企业社会责任部总监麦兴桥先生代表无限极(中国)在大会上分享了无限极如何通过企业文化与企业社会责任来提升人力资源管理、激发员工成长、营造灵活的工作氛围和提高员工满意度等方面的管理思想和实践经验。

本次活动由广州日报联合专业咨询机构太和睿信举办,是中国华南地区人力资源管理领域的年度盛事。大会吸引了超过600家企业,多家媒体单位及知名企业高管参与,会场总人数超过800人。



4 社会认可

• 李锦记健康产品集团三度蝉联“杰出企业社会责任奖”

3月21日,李锦记健康产品集团在由香港《镜报》月刊主办的两岸四地第三届杰出企业社会责任颁奖典礼上,连续第三年获得“杰出企业社会责任奖”。这是海外权威媒体对公司在2013年度持续履行社会责任的重要认可。



责任竞争力

2014年无限极企业社会责任建设

据《镜报》评选活动章程，获得企业社会责任奖的参与者，均可获得“企业社会责任大使”标志，使用期限为一年。标志的使用有助于公司在与核心利益相关方沟通时，展现企业形象，提升信任度。

约有80家海内外网络媒体对李锦记健康产品集团三度蝉联香港《镜报》“第三届杰出企业社会责任奖”进行了详细报道。媒体报道凸显了该奖项在两岸四地的影响力，有利于提升集团在社会领域的影响力。



• 荣获“金蜜蜂2014优秀企业社会责任报告·长青奖”

12月3日，无限极（中国）在北京举行的由《WTO经济导刊》主办的第七届中国企业社会责任报告国际研讨会上，获颁“金蜜蜂2014优秀企业社会责任报告·长青奖”，李锦记健康产品集团企业社会责任部总监麦兴桥先生代表公司发表了“责任让工作变得有意思”的主题演讲，分享公司的理念与经验。

这是继2013年后，无限极再次获得金蜜蜂长青奖的认可。该奖项仅授予已连续三年获评“金蜜蜂优秀企业社会责任报告”的企业。自此，无限极已连续五年获得六项“金蜜蜂”认可。

秉持“思利及人”的核心价值观，无限极连续七年坚持发布企业社会责任报告，用责任的视角，放大工作的意义，成为员工的激励源，提升了员工的责任感，也成为企业持续发展，实现梦想的推手。



责任竞争力

2014年无限极企业社会责任建设

• 无限极两项案例入选《2014中国外商投资企业履行社会责任优秀案例》

12月5日，由中国外商投资企业协会和《WTO经济导刊》合作编写的《2014中国外商投资企业履行社会责任优秀案例》（以下简称《案例》）在北京举行发布会。无限极（中国）在员工和社区方面的实践入选《案例》，并获颁“员工好雇主”和“社区好邻居”两项认可。

《案例》以“责任竞争力”理念为基础，面向在华外商投资企业征集社会责任实践案例，对提交的案例从战略地位、过程创新、社会效益、经济效益、可复制性、可持续性、专业优势7个维度采取百分制进行评价，最终选取了来自47家外商投资企业的56个社会责任优秀实践案例，并将这些优秀案例编制成书，传播优秀经验。



• 无限极（中国）荣获2014“第一财经·中国企业社会责任榜杰出企业奖”

12月19日，无限极（中国）在“第一财经”举办的2014中国企业社会责任榜颁奖典礼上，荣获2014“第一财经·中国企业社会责任榜杰出企业奖”。无限极（中国）有限公司副总裁黄健龙先生出席了同日举行的2014中国企业社会责任高峰论坛，并分享了无限极关于企业社会责任的创新观点。



健康责任篇

健康责任解读

帮助大众树立健康理念，培养健康的生活习惯，促进大众健康水平的发展，提升人们生命质量，是全面建成小康社会的重要内涵，是每一个人成长和实现幸福生活的重要基础。



健康责任篇

健康理念 独特优势



养生固本

三调养

正气、阴阳、脏腑的调养

四合理

饮食、起居、运动、情志的合理

健康人生

●三平衡

健康、家庭、事业的平衡

●三富足

时间、财富、精神的富足

●三和谐

个人、集体、社会的和谐

源于中华优秀养生文化，无限极提炼出“养生固本，健康人生”的健康理念，给传统的“治未病”理念赋予了时代意义。

健康来自养生，养生的核心在于固本。它强调预防，注重平时对身体的保护和调养。健康人生注重平衡、富足与和谐，倡导积极的生活态度和方式。

无限极将健康理念具体化，在饮食、起居、运动、情志“四合理”分别确定一项行为为重点，作为日常生活中的健康行为指南，通过培养健康的生活方式，达到提高大众健康水平的目的。

“四合理”行动指引

- 饮食：多菜少肉七分饱
- 运动：每天行走一万步
- 起居：20分钟午休，23点前睡觉
- 情志：正面思维



Diet

饮食：多菜少肉七分饱



Rest

起居：20分钟午休，23点前睡觉



Exercise

运动：每天行走一万步



Emotion

情志：正面思维

健康责任篇

丰富的活动形式 推广健康理念

推广“四合理”实践

2014年继续通过开设健康体验营、每天行走一万步等多种活动带动员工、业务伙伴坚持落实“四合理”，利用新媒体、APP等多种形式促进员工、业务伙伴互动和分享，带动身边的人共同践行“四合理”。

1 中国内地地区

员工：通过持续举办健康理念体验营、“每天行走一万步活动”，结合新媒体平台的互动和分享，提升员工参与践行“四合理”的积极性，全年参加活动的员工近1,600人次；

业务伙伴：通过开设健康体验营和在各类业务活动中融入“四合理”环节，并在微信公众号上推出“每天行走一万步”微视频等方式，带动业务伙伴参与“四合理”的践行。

2 香港地区

通过举办主题讲座、户外健康活动等不同形式的“四合理”体验营和“最美一万步”主题步行活动，带动员工、业务伙伴及普通民众共同参与，践行“四合理”，全年共举办活动16场，近200人次参与。

3 台湾地区

持续举办室内、户外等形式的“四合理”体验营活动，带动员工、业务伙伴及普通民众践行“四合理”，全年共举办132场活动，共计约1,100人次参加活动；同时，通过阳光少女DM派发、广告车宣传等线下宣传方式结合官方Facebook粉丝团推广、EDM群组等线上新媒体平台进行宣传，吸引普通民众参加体验营活动；此外，还借力经销商，以开展家庭派对的活动方式推广体验“四合理”。

4 马来西亚地区

每月定期开展一场“四合理”工作坊，参与者每天填写健康检查表反馈健康指标、践行情况、遇到的问题等，公司给予专业意见和建议，促进参与者养成“四合理”的生活习惯。此外，还借助微信等新媒体平台，传播“四合理”信息，带动大众的交流 and 分享。全年共举办11场“四合理”工作坊，共计200多人次参加活动。

健康责任篇

丰富的活动形式 推广健康理念

无限极行走日活动

为了培养行走习惯，深入传播行走带来健康的意识，无限极以多样化的行走活动号召公众提升健康意识，包括：在一、二线城市继续举办“无限极世界行走日”活动；在三、四线城市开展“无限极世界行走日”的小型活动；以“家庭同乐日”为主题的养生行走日活动；以及通过客户端实现线上线下互动的“万步荟”。从“一天行走”发展到“天天行走”，打造全民健康新体验。

2014年是无限极第五年举办“无限极世界行走日”活动，活动先后在上海、青岛、西安、沈阳等12个城市举行，历时6个月，参与人数约6万人，行走里程累计近30万公里。

自2010年开始至今，无限极世界行走日活动已相继在全国20个城市举行，累计共62场次，创下了两项吉尼斯世界纪录，分别是2010年的“最多人赤足行走”和2012年“最多人倒着行走”。五年里，共超过76万名市民参与活动，行走总里程超过430万公里，相当于绕地球赤道100圈。全国近1,800家媒体对活动进行了报导，引发超过6亿人次的关注。

无限极世界行走日活动每年都引入趣味的行走方式，希望民众通过不一样的行走体验，喜爱上行走这一简单易行、低碳环保的健身方式，同时向更多人传递健康和关爱，享受健康人生。

此外，2014年无限极小型世界行走日活动在宿迁、宁海2个城市举行，参与总人数约为1万人，累计行走公里数约5万公里。无限极养生行走日活动从2013年开始举办，2014年共有海口、大连、兰州等9个城市参与，参与总人数约为2.5万人，累计行走公里数约7.5万公里，旨在以“家庭同乐日”为主题，鼓励全家人一起走到户外，畅享健康的生活方式。养生行走日活动2015年将走进20个城市。



健康责任篇

丰富的活动形式 推广健康理念

举办无限极日行万步启动仪式

8月14日，在第十三届“国际现代化中医药及健康产品展览会暨会议”（英文简称“ICMCM”）上，无限极与香港贸易发展局和现代化中医药国际基金联合举办“日行万步 健康走起”无限极日行万步启动仪式，“最美一万步”香港行走路径的网络评选活动也正式启动。

借助ICMCM国际平台举办日行万步启动仪式，能把行走的好处带给香港以及全球更多的公众，传播健康，帮助大众创造健康人生。



无限极（香港）举办“最美一万步”活动

“最美一万步”香港行走路径的网络评选活动得到广大网友踊跃投票，最终评选出三条“最美一万步”行走路线。

9月21日，无限极（香港）举办首个“最美一万步”行走活动。行走路线从尖沙咀天星码头至红磡码头，沿途有维港优美景色、红磡海滨绿化相伴。本次活动共有数十人参加，亦有人携同小朋友一同参加。通过行走一万步，身体力行地体验健康理念。



健康责任篇

丰富的活动形式 推广健康理念



10月19日，无限极（香港）与市民共同在“最美一万步”第二条路线上即从大水坑站至马鞍山公园行走一万步。行走路线中可眺望到位于吐露港的美景，让参加者在优美的环境下身心舒畅地践行“四合理”。



12月21日，无限极（香港）与市民完成了“最美一万步”2014年最后一次行走活动，行走路线从香港科学园至大埔海滨公园。在活动中还加入参观警察博物馆的环节，同时实践了“四合理”的运动和情志两个方面的体验。



健康责任篇

丰富的活动形式 推广健康理念

无限极（马来西亚）举办健康理念工作坊

2014年，无限极（马来西亚）共举办了11场“四合理”工作坊来推广健康理念，总计吸引了来自各年龄层约200人参与。通过工作坊不仅可以了解到中华养生理念，将“四合理”行动指引运用到日常生活中，许多参与者感受到通过亲身践行行为身体带来了正面的影响。



关注记者群体的健康状况

5月，公司先后两次组织包括新华社、新华网、中国工商报、人民政协报等16家媒体开展以“思利及人 健康行走”为主题的体验暨分享活动。

记者群体是社会正能量的传播者，社会主义核心价值观的推动者，有了健康的体魄才能更加投入到工作中去。无限极通过活动带动记者群体关注健康状况，建立健康的生活方式，保持健康的体魄。



健康责任篇

数码创新模式 扩大行走影响力

开发传播健康理念的O2O模式

为了将行走这种健康生活方式推广到大众日常生活中，倡导大众养成每天行走一万步的健康生活习惯，在2014年无限极作为战略合作伙伴发起成立了“万步荟”。

一方面借助数码科技打造线上一万步APP，实现计步、邀约好友、计步排行榜等功能。另一方面在中国3个省市（河北省、云南省、上海市）开展“万步荟”线下试点，吸引步行爱好者加入“万步荟”，参与“万步荟”精彩活动。截止12月31日，“万步荟”线上APP下载21,129次，注册人数12,255人，“万步荟”线下参与人次11,211人次，开展活动595场次。

通过O2O的创新模式，将健康理念付诸行动，从“世界行走日”、“养生行走日”的一天的行走活动扩展到“万步荟”行走俱乐部的每天行走，逐渐帮助用户养成健康运动习惯。



健康责任篇

线上线下结合 传播健康知识

“中华养生馆”网站全新上线

无限极的“中华养生馆”网站于3月27日全新上线，手机网站于9月5日上线。全年共发布稿件450篇，浏览人数达9万余人，浏览次数达34万余人次。同时，通过“养生固本 健康人生”微信公众号发稿，最高阅读人数达50万人次。

通过传统网络平台及新媒体平台向社会大众传播养生知识、健康资讯，搭建及提供传播知识、分享经验的更便捷的平台与工具，多渠道促进民众建立健康的生活习惯。



借助海外媒体，普及健康知识

4月25日，香港主流平面媒体《大公报》刊载李锦记健康产品集团高级副总裁杨国晋先生撰文的《春季养生四合理》。借助海外主流媒体平台，向海外大众普及中华养生知识。



健康责任篇

线上线下结合 传播健康知识

打造健康节目《健康之路》

2013年，无限极携手中央电视台科教频道（CCTV-10）独家冠名合作《健康之路》栏目，自当年10月起该节目收视率在全国日播类健康养生栏目中排第一。

2014年，无限极继续通过该栏目推出养生主题节目，专家现场讲解科学的养生知识，向广大观众推广正确的养生方式。



健康责任篇

线上线下结合 传播健康知识

同时,《健康之路》节目还陆续在山东、宁夏、黑龙江、吉林等10个地方台落地,令更多的地方观众受益。

《健康之路》2014年节目表

月 份	主 题	月 份	主 题
1月	娱乐运动两不误	1月	巧吃冬季三宝(中)
	家务运动两不误		巧吃冬季三宝(下)
	上下班巧运动		守护健康过大年(一)
	办公室里巧运动		守护健康过大年(二)
	小寒养生 --- 祛风散寒		守护健康过大年(三)
	慢性病 冬季养(一)		守护健康过大年(四)
	慢性病 冬季养(二)		守护健康过大年(五)
	慢性病 冬季养(三)		守护健康过大年(六)
	慢性病 冬季养(四)	2月	穴到病除(一)
	慢性病 冬季养(五)		穴到病除(二)
	脾胃好 生病少(一)		穴到病除(三)
	脾胃好 生病少(二)		穴到病除(四)
	脾胃好 生病少(三)		穴到病除(五)
	脾胃好 生病少(四)		穴到病除(六)
	肾不好 有信号(上)		穴到病除(七)
	肾不好 有信号(中)		巧除痔疮烦恼
	肾不好 有信号(下)		不可不知的重口味(上)
	树叶也治病(上)		不可不知的重口味(中)
	树叶也治病(下)		不可不知的重口味(下)
	大寒养生 --- 温补肾阳		你的心脏还好吗?(上)
	跟着专家办年货(一)		你的心脏还好吗?(中)
	跟着专家办年货(二)		你的心脏还好吗?(下)
	跟着专家办年货(三)		皮肤上的危险信号(上)
	跟着专家办年货(四)		皮肤上的危险信号(下)
	跟着专家办年货(五)		你不知道的铅中毒
	跟着专家办年货(六)		你不知道的汞中毒
	跟着专家办年货(七)		家庭药箱藏隐患(一)
	巧吃冬季三宝(上)		家庭药箱藏隐患(二)

健康责任篇

线上线下结合 传播健康知识

《健康之路》2014年节目表

月 份	主 题	月 份	主 题
2月	家庭药箱藏隐患(三)	3月	小心听力被偷走(中)
	家庭药箱藏隐患(四)		小心听力被偷走(下)
	家庭药箱藏隐患(五)		感冒有危险(上)
	女人的保护伞——雌激素(上)		感冒有危险(下)
	女人的保护伞——雌激素(中)		找对原因除耳鸣(上)
	女人的保护伞——雌激素(下)		找对原因除耳鸣(下)
	花养女人(上)		春食五芽益健康(一)
	花养女人(中)		春食五芽益健康(二)
	花养女人(下)		春食五芽益健康(三)
	腰痛背后(上)		头痛背后(上)
	腰痛背后(中)		头痛背后(下)
	腰痛背后(下)		宝宝异常早发现
3月	五脏调和百病消(一)	4月	巧吃春季时令菜(一)
	五脏调和百病消(二)		巧吃春季时令菜(二)
	五脏调和百病消(三)		巧吃春季时令菜(三)
	五脏调和百病消(四)		巧吃春季时令菜(四)
	五脏调和百病消(五)		皮肤过敏巧应对
	咳嗽食疗有妙招(上)		要防癌 去体检(上)
	咳嗽食疗有妙招(下)		要防癌 去体检(下)
	止咳嗽有奇招		身边的致癌隐患(上)
	体质酸碱有说法		身边的致癌隐患(下)
	免疫高低有奥秘		神奇穴位控血压
	消化出口有烦恼		神奇穴位控血糖
	排毒一身轻(一)		神奇穴位控血脂
	排毒一身轻(二)		孩子腿疼为哪般
	排毒一身轻(三)		迈不开的腿
	排毒一身轻(四)	5月	重播: 不可不知的重口味(上)
	排毒一身轻(五)		重播: 不可不知的重口味(中)
	高血压你不知道的事儿(上)		重播: 不可不知的重口味(下)
	高血压你不知道的事儿(中)		肩膀疼痛巧应对(上)
	高血压你不知道的事儿(下)		肩膀疼痛巧应对(下)
	小心听力被偷走(上)		家有害虫(一)
			家有害虫(二)

健康责任篇

线上线下结合 传播健康知识

《健康之路》2014年节目表

月 份	主 题	月 份	主 题
5月	家有害虫（三）	6月	看肿瘤有门道（下）
	家有害虫（四）		能治病的虫子（一）
	睡眠困扰对症消（一）		能治病的虫子（二）
	睡眠困扰对症消（二）		能治病的虫子（三）
	睡眠困扰对症消（三）		能治病的虫子（四）
	睡眠困扰对症消（四）		肝不好有信号（上）
	你不知道的脂肪肝（上）		肝不好有信号（中）
	你不知道的脂肪肝（下）		肝不好有信号（下）
	皇家御方来治病（上）		别让抑郁找上你
	皇家御方来治病（中）		吃病了的胃
	皇家御方来治病（下）		反酸烧心巧应对（上）
	巧除头痒头屑		反酸烧心巧应对（下）
	止脱生发有妙招		咽喉要道巧养护（上）
	应对白发你做到了吗？		咽喉要道巧养护（下）
	牙口好福到老（一）		谁动了孩子的视力（上）
	牙口好福到老（二）		谁动了孩子的视力（中）
	牙口好福到老（三）		谁动了孩子的视力（下）
	牙口好福到老（四）		防雾霾全攻略（上）
	女性健康晴雨表（上）		防雾霾全攻略（下）
6月	女性健康晴雨表（中）	7月	要运动不要损伤（上）
	女性健康晴雨表（下）		要运动不要损伤（中）
	变老的眼睛（上）		要运动不要损伤（下）
	变老的眼睛（下）		小心“药”上瘾
	冰箱储藏的是与非（上）		巧吃夏季时令菜（上）
	冰箱储藏的是与非（中）		巧吃夏季时令菜（中）
	冰箱储藏的是与非（下）		巧吃夏季时令菜（下）
	防癌你吃对了吗（上）		你不知道的贫血
	防癌你吃对了吗（下）		补血全攻略
	烟也是霾		糖尿病会伤眼（上）
6月	千年长寿操——八段锦（上）		糖尿病会伤眼（下）
	千年长寿操——八段锦（中）		夏季养生三件宝（上）
	千年长寿操——八段锦（下）		夏季养生三件宝（中）
	看肿瘤有门道（上）		夏季养生三件宝（下）

健康责任篇

线上线下结合 传播健康知识

《健康之路》2014年节目表

月 份	主 题	月 份	主 题
7月	甲状腺之惑（上）	8月	健康走起来（上）
	甲状腺之惑（下）		健康走起来（下）
	我爱养生菇（一）		躲不掉的花眼
	我爱养生菇（二）		伤关节行为你有吗
	我爱养生菇（三）		关节问题巧应对
	我爱养生菇（四）		甩掉脂肪一身轻（一）
	我爱养生菇（五）		甩掉脂肪一身轻（二）
	女人要靠穴位养（一）		甩掉脂肪一身轻（三）
	女人要靠穴位养（二）		甩掉脂肪一身轻（四）
	女人要靠穴位养（三）		长个儿的秘密（上）
	女人要靠穴位养（四）		长个儿的秘密（中）
	酷暑时节巧开胃（上）		长个儿的秘密（下）
	酷暑时节巧开胃（下）		中医帮你来减肥（上）
	杂粮巧用也治病（上）		中医帮你来减肥（下）
	杂粮巧用也治病（下）		能治病的虫子（一）
	都是贪凉惹的祸（上）		能治病的虫子（二）
	都是贪凉惹的祸（下）		能治病的虫子（三）
	乳腺烦恼 巧看医生（上）		能治病的虫子（四）
	乳腺烦恼 巧看医生（下）		妙招解便秘（上）
8月	当胸闷来临（上）		妙招解便秘（中）
	当胸闷来临（下）		妙招解便秘（下）
	皇家御方治头晕		太极传人的养生经（上）
	皇家御方降血压		太极传人的养生经（中）
	皇家御方治心慌		太极传人的养生经（下）
	皇家御方治胸闷		管好你的胆固醇（上）
	海底养生奇兵（上）		管好你的胆固醇（下）
	海底养生奇兵（中）		选对食材过秋天（上）
	海底养生奇兵（下）		选对食材过秋天（中）
	内调外养好容颜（上）		选对食材过秋天（下）
8月	内调外养好容颜（下）	9月	巧吃秋季时令菜（一）
	体质好坏谁说了算（上）		巧吃秋季时令菜（二）
	体质好坏谁说了算（中）		巧吃秋季时令菜（三）
	体质好坏谁说了算（下）		巧吃秋季时令菜（四）

健康责任篇

线上线下结合 传播健康知识

《健康之路》2014年节目表

月 份	主 题	月 份	主 题
9月	中风来临有预报（上）	10月	尿中的健康密码（一）
	中风来临有预报（下）		尿中的健康密码（二）
	出汗尴尬巧应对		尿中的健康密码（三）
	汗多是病吗		尿中的健康密码（四）
	养生就是手边事儿（上）		会运动 才能瘦（上）
	养生就是手边事儿（下）		会运动 才能瘦（下）
	头痛巧应对（上）		“肠”恨“肠”爱（上）
	头痛巧应对（中）		“肠”恨“肠”爱（下）
	头痛巧应对（下）		蛛丝马迹辨咳嗽（上）
	院长巧防脑中风（上）		蛛丝马迹辨咳嗽（下）
	院长巧防脑中风（下）		重播：防雾霾全攻略（上）
	“疝”始“疝”终		重播：防雾霾全攻略（下）
	观便知健康（上）		阳台上的鲜药房（上）
	观便知健康（下）		阳台上的鲜药房（中）
	百病生于淤（一）		阳台上的鲜药房（下）
	百病生于淤（二）		老年人用药有雷区（上）
	百病生于淤（三）		老年人用药有雷区（下）
	百病生于淤（四）		秋季养生美食汇（上）
10月	百病生于淤（五）		秋季养生美食汇（下）
	秋季鲜果也治病（上）	11月	谁伤害了你的颈椎
	秋季鲜果也治病（下）		“热”走颈椎病
	寿从茶中来（一）		胆中危机（上）
	寿从茶中来（二）		胆中危机（中）
	寿从茶中来（三）		胆中危机（下）
	寿从茶中来（四）		这个秋冬润着过（一）
	健康走起来（上）		这个秋冬润着过（二）
	健康走起来（下）		这个秋冬润着过（三）
	体质好坏谁说了算（上）		这个秋冬润着过（四）
	体质好坏谁说了算（中）		天冷要防脑中风（上）
	体质好坏谁说了算（下）		天冷要防脑中风（中）
	医说红楼（上）		天冷要防脑中风（下）
	医说红楼（中）		管好你的胆固醇（上）
	医说红楼（下）		管好你的胆固醇（下）

健康责任篇

线上线下结合 传播健康知识

《健康之路》2014年节目表

月 份	主 题	月 份	主 题
11月	心痛的告白	12月	骨骼使用说明书（二）
	救心快行动		骨骼使用说明书（三）
	想聪明 玩体操		骨骼使用说明书（四）
	快乐健身广场舞		骨骼使用说明书（五）
	头顶大事（上）		冬季进补你做对了吗？（上）
	头顶大事（下）		冬季进补你做对了吗？（中）
	止痛不求人（上）		冬季进补你做对了吗？（下）
	止痛不求人（下）		拆除油脂炸弹（上）
	别把肾脏吃坏了		拆除油脂炸弹（中）
	小心肾脏杀手		拆除油脂炸弹（下）
	平民补品你用对了吗？（一）		出乎意料的颈椎病信号
12月	平民补品你用对了吗？（二）		疯狂的石头
	平民补品你用对了吗？（三）		抢险呼吸要道
	平民补品你用对了吗？（四）		打呼噜也要命
	平民补品你用对了吗？（五）		人老为何会耳背（上）
	尿中的健康密码（一）		人老为何会耳背（下）
	尿中的健康密码（二）		护心有道
	尿中的健康密码（三）		防中风进行时（上）
	冬季养生暖当先（一）		防中风进行时（下）
	冬季养生暖当先（二）		长寿皇帝的养生经（一）
	冬季养生暖当先（三）		长寿皇帝的养生经（二）
	冬季养生暖当先（四）		长寿皇帝的养生经（三）
	骨骼使用说明书（一）		救心快行动

健康责任篇

线上线下结合 传播健康知识

通过书籍传播健康知识

《养生固本 健康人生》一书由无限极在2012年发布，持续多年受到读者的广泛欢迎，在2014年该书的全年销售量约2万多本。

该书以对话的方式深入浅出地对“养生固本 健康人生”的独特健康理念进行阐述和系统呈现，把无限极的健康理念与现实生活联系在一起，解疑答惑，是一本畅销的健康知识普及读物。



无限极（台湾）举办“复方多醣——抗老防癌的秘密”讲座

8月16日，无限极（台湾）举办了“复方多醣——抗老防癌的秘密”讲座，特邀请来自台北医药大学的王静琼教授作为本次活动的主讲嘉宾，通过讲座向大众传播科学的养生知识，现场有30多人参与。



健康责任篇

积极参与和交流 推动健康产业发展

举办中草药免疫研究中心学术研讨会

3月13日，无限极中草药免疫研究中心以“肠道健康”为主题的2014年度第一次学术研讨会在无限极研发中心召开。

本次研讨会为新功能因子开发及产品科研优势背书提供新的思考角度和研究方向，推动健康产业的技术发展。



借助海外主流媒体，交流行业经验

5月16日，《大公报》刊登了李锦记健康产品集团高级副总裁杨国晋先生作为现代化中医药国际协会创会董事撰写的《中西医结合促香港医疗发展》。文章强调了中西医结合的有效结合大大促进了香港医疗发展，并指出企业能以现代化技术提供优质的中医药产品具有重大的意义。



健康责任篇

积极参与和交流 推动健康产业发展

参加两岸四地中医药创新与发展论坛

5月11-12日,由国家中医药管理局支持的两岸四地中医药创新与发展论坛在河北省保定市举行。应国家中医药管理局的邀请,李锦记健康产品集团高级副总裁杨国晋先生代表公司出席论坛,并就“中医药产业发展——香港的角色”做主题演讲。



参加第十三届国际现代化中医药及健康产品展览会暨会议

8月14-18日,第十三届国际现代化中医药及健康产品展览会暨会议(英文简称“ICMCM”)在香港举行,活动汇集了超过130家参展商,无限极连续第六年参加。

无限极的展览现场有中草药专家提供体质分析,诊金全数捐赠至思利及人公益基金会。同时,活动现场还设有养生顾问、健康饮品试用及Facebook有奖游戏,旨在推广“四合理”行动指引,普及中华养生文化。



健康责任篇

积极参与和交流 推动健康产业发展

活动期间,由香港贸易发展局和现代化中医药国际协会主办、无限极协办的“无限极·中医药免疫高峰论坛”也隆重举行,国家中医药管理局副局长于文明先生应邀出席并主持论坛,出席的嘉宾还包括:国家中医药管理局原副局长李大宁先生、现代化中医药国际基金秘书长周薇薇女士、香港贸易发展局展览市场拓展总监尹淑珍女士、中国科学院生物物理研究所研究员秦志海教授、新加坡南洋理工大学生物科学学院James P. Tam(谈秉军)教授、北京中医药大学王琦教授和香港浸会大学中医药学院党毅教授、李锦记健康产品集团高级副总裁杨国晋先生与何锦萍女士。医学界、中医药企业等众多海内外知名专家汇集于论坛,对中医药免疫的养生理念进行全方位地研讨,论坛吸引近200人参加。

无限极持续通过ICMCM这一国际平台推广中华优秀养生文化和独特健康理念,其中还包括2009年及2012年协办的中医药养生的现代应用研讨会和“治未病”养生高峰论坛。



国家中医药管理局副局长于文明出席“2014年第十三届国际现代化中医药及健康产品展览会暨会议”并“无限极日行万步”启动仪式

国家中医药管理局原副局长李大宁出席并主持“无限极·中医药免疫高峰论坛”



李大宁先生和林志芳教授主持高峰论坛



秦志海教授主讲《免疫力与重大疾病的关系》



James P. Tam教授主讲《多肽免疫调节物—扩展植物免疫调节化合物领域的领域》



王琦教授主讲《中医药在免疫调节领域的研究成果及趋势》



党毅教授主讲《药食同源免疫调节疗法》



许希亮教授主持

健康责任篇

社会认可

“中草药多糖筛选”等科技成果鉴定发布

4月29日,由广东省科技厅组织的“中草药活性多糖快速筛选、制备关键技术及产业化应用”科技成果鉴定会在新会召开。

多糖是国际公认的天然优良免疫调节剂,具有温和调节的特点,能促进人体免疫系统的平衡。该项目在中草药活性多糖快速筛选、制备关键技术及产业化应用方面进行了大量创新性工作,整体技术处于国际先进水平。鉴定委员会一致同意该项目通过科技成果鉴定。

鉴定的通过进一步体现了无限极在中草药多糖领域的领先地位,肯定了公司在中草药多糖领域技术的贡献。



无限极荣获“中华中医药学会先进团体会员单位”

11月21-22日,中华中医药学会第六次全国会员代表大会在北京召开。会上,无限极(中国)被授予“中华中医药学会第五届先进团体会员单位”,李锦记健康产品集团高级副总裁杨国晋先生再次当选第六届理事会常务理事。

权威认可既是鼓励,更是鞭策,将推动公司继续为中医药现代化承担责任,作出贡献。



企业社会责任报告

品质责任篇

品质责任解读

坚持不懈提供高品质的产品与服务,不仅保障消费者合法权益,对消费者生命的敬重,更是对中国制造声誉的维护。同时,品质也是企业实现可持续发展的基石。

启辉煌 开创未来

无限极(中国)有限公司 营口生产基地 竣工典礼



品质责任篇

质量管理理念

无限极的产品品质管理，以企业文化为先导，卓越供应链管理模式为基础，通过内部优化，外部策动，建立完善的全产业链质量管理体系，构建质量责任共同体，良心铸就卓越品质，满足顾客需求，创造顾客价值，有力支持企业规模化、集团化、国际化发展，成为健康产品行业品质管理标杆。

质量文化是企业文化的一个重要补充和延伸，质量价值观决定了质量行为。无限极的质量价值观是“良心品质，成就健康人生”，以“做世界放心的产品”为愿景。

无限极的质量原则包括：

- ◆ 顾客导向、遵守法规；
- ◆ 预防为主，源头控制；
- ◆ 质量100分。

质量方针是无限极对质量的指导思想和承诺，具体内容为：中药养生，致力生产优质产品；持续改进，竭诚满足顾客需求。

产品安全方针是无限极对产品安全管理的指导思想和承诺，具体内容为：安全至上，致力消除潜在危害；功效为本，提供优质有效产品。

卓越供应链管理模式，是以顾客为中心，内外兼顾，把追求高质量和保障高效益作为主线，要求每一个环节都需要密切配合、承担责任、作出贡献，保证质量管理链条的完整性、协调性和运作的有效性，实现社会与企业双赢。

品质责任篇

扩大产能 均衡布局

无限极营口生产基地竣工并正式投产

10月16日，无限极营口生产基地举行竣工仪式并正式投产。辽宁省政府有关部门领导、李锦记健康产品集团主席兼行政总裁、无限极（中国）有限公司董事长李惠森先生等企业领导和业务伙伴近500位嘉宾见证了基地的落成。该生产基地主要用于生产中草药健康食品，全面投产后，至2019年，无限极的年产品供应能力将超过500亿元人民币。

无限极营口生产基地的正式投产意味着无限极南北双基地协同运作的均衡布局正式形成，在研发、生产、物流、服务、信息等方面形成高效联动，增加满足健康需求的产能，增强企业的综合竞争力，加深公司高品质健康产品及服务提供方的形象，推动中草药健康产业的发展。



品质责任篇

交流借力 不断创新

参加2014年包装技术创新高峰论坛及DOW专题研讨会

4月，无限极先后参加了在上海举行的“2014年包装技术创新高峰论坛”以及由国际知名的陶氏化学（中国）有限公司（英文简称“DOW”）举办的“品牌所有者专题讨论会”。

通过参加与交流，无限极与合作方分享了中国包装品牌的发展趋势和公司的产品包装方向与需求，有效帮助公司提高包装技术、由内而外的产品品质管理水平，提升顾客体验。



举办2014无限极中草药产业化论坛

7月11日，以“创建模式 引领发展”为主题的2014无限极中草药产业化论坛在广州隆重举行，吸引了超过130位来自政府和中药协会的代表、行业专家、无限极的中药材供应商及员工代表出席。

论坛上，中国中药协会为公司的中草药种植管理模式授予了“卓越创新模式”的牌匾。为了保证产品的源头质量、安全与功效，公司更与合作伙伴代表共同签署了《种植管理模式共同体倡议书》，标志着无限极中草药种植管理模式共同体的正式成立，中草药产业化进入新的阶段。

公司连续四年举办论坛，积极探讨中草药产业化的现状与未来，通过推进中草药产业化、规模化、规范化发展和加强中草药种植管理，保证产品品质，为消费者提供优质产品，帮助广大消费者实现健康人生。



品质责任篇

搭建平台 提升管理

供应链一体化项目（ERP二期）成功上线

为了提升无限极供应链系统支持和应用水平，提高供应链运作效益与管理效益，无限极供应链一体化（ERP二期）项目于10月6日正式上线。ERP项目二期自3月10日启动，5月18日完成业务蓝图的设计和签署工作，涉及部门众多，涵盖业务流程共100多个。

该项目的上线实现了对公司的生产计划和生产制造管理、原材料管理、采购管理及成本管理的系统化协同运作支持，为以后供应链一体化系统全面实施奠定了坚实基础，在提升产品品质和客户体验等方面也有显著成效。



无限极营口生产基地技术中心揭幕

12月15日，无限极举行了营口生产基地技术中心的揭幕仪式。技术中心的顺利启用是保证营口生产基地质量的重要平台，力求为消费者生产高品质的产品。



品质责任篇

追根溯源 见证品质

无限极开放茶园及灵芝种植基地参观

4月16-18日,无限极邀请业务伙伴代表亲身参观了公司产品原材料产地之一的茶园,亲眼见证了无限极产品的高质量。

8月28日-9月1日,无限极籍增健口服液20周年之际再次邀请了119位业务伙伴和7家权威媒体及消费者代表赴“中华灵芝第一乡”浙江龙泉参观无限极的中草药原材料灵芝的种植基地。参观者通过此行从源头见证了无限极的原材料种植标准。

“溯源之旅”充分展现了无限极对产品从源头开始层层把关的责任心、带动行业品质管理的行动力,以及通过提高品质推动社会大众健康发展的决心。



品质责任篇

技术创新 提升效益

脉动真空杀菌技术应用于破壁灵芝孢子粉

无限极成功引进脉动真空杀菌新技术应用于灵芝孢子粉原料加工。该技术的应用,有效降低了破壁灵芝孢子粉原料的微生物风险,提高了灵芝孢子粉原料的质量,提升了公司在该行业内的影响力。

该项技术获得江门市区科技进步一等奖。



品质责任篇

技术创新 提升效益

口服液自动化包装线成功上线

9月,无限极首条自动化口服液包装线在新会工厂用于桑唐饮口服液的生产。

无限极联合多家供应商,融合世界先进自动化技术,进行多项技术创新,完成自动化口服液包装线投产上线。该生产线的投入使用,标志着全球首条立式玻璃瓶口服液自动包装线成功应用。

自动化口服液包装线获得了5项国家实用新型专利授权,以及中国包装行业荣格技术创新奖,大大节约人工岗位数量,显著降低劳动强度。同时,产品外包装收缩膜变更为环保材料,兼顾环境责任。



品质责任篇

社会认可

获评为2011-2013年度“全国质量文化建设标杆单位”

12月28-29日,无限极在由中国质量协会主办的第四届全国质量文化建设成果发布及经验交流会上荣获2011-2013年度“全国质量文化建设标杆单位”的称号。

本次获奖体现了国家部委、社会各界等对公司质量文化建设工作及产品质量的认可。



无限极(中国)获指定国产非特殊用途化妆品备案检验机构资格

5月12日,无限极(中国)获批为国产非特殊用途化妆品备案检验机构。作为国内唯一一家具备此资格的生产企业,无限极质量部产品检测中心可出具本企业国产非特殊用途化妆品的微生物和卫生化学备案检验报告。

无限极质量部产品检测中心还先后通过“国家认可实验室”、“英国FAPAS重金属水平能力测试”等评定。公司的质量管理能力、检测技术水平和设备条件都得到了政府和专业机构的高度认可。



品质责任篇

社会认可

无限极（中国）获2013年度中国轻工百强三大荣誉称号

6月6日，无限极（中国）在“第三届中国轻工企业家高峰论坛暨轻工百强企业颁奖盛典”上获“2013年度中国轻工业专项能力百强企业”、“2013年度中国轻工业研发创新先进企业”和“2013年度化妆品行业十强企业”三个重要荣誉。

本次评奖需考察工业总产值等5项指标，由中国轻工业联合会对企业的竞争力水平进行综合评价。



品质责任篇

社会认可

无限极（中国）荣获“2013-2014年度中国香料香精化妆品工业协会法规事务专项工作特别贡献奖”

8月28日，无限极（中国）在西宁召开的2014年中国香料香精化妆品工业协会法规事务工作年会上荣获“2013-2014年度中国香料香精化妆品工业协会法规事务专项工作特别贡献奖”。

9月12日，该协会还为无限极颁发“中国香料香精化妆品行业领军企业奖”和“中国香料香精化妆品工业协会法规事务优秀工作团队奖”。

作为全国日化行业协会中较具权威的组织，中国香料香精化妆品工业协会对公司在化妆品行业法规工作和贡献给予了高度认可和鼓励，证明公司有坚实的法规基础保证产品品质，从而切实保障消费者的健康，持续在化妆品行业中承担社会责任。



无限极（中国）获“广东省名优企业先进单位”

9月，无限极（中国）在2014年广东省质量月宣传活动中，荣获广东省名优企业打假协会颁发的“广东省名优企业先进单位”牌匾。



品质责任篇

社会认可

无限极（中国）获“中国食品安全百家诚信示范单位”称号

10月18日，由中华人民共和国海关总署、国家工商行政管理总局、国家质量监督检验检疫总局、国家粮食局和中国食品工业协会联合主办的第十二届中国食品安全年会在北京人民大会堂举行。无限极（中国）在会上被授予“中国食品安全百家诚信示范单位”称号，连续十二年来在中国食品安全年会上获得“中国食品安全十强企业”、“中国食品安全百家示范单位”、“中国食品安全百家诚信示范单位”等荣誉称号。

中国食品安全年会是中国食品安全领域最高规格的会议，无限极坚守使命，履行品质责任，为消费者负责，持续获得了国家部委、行业和社会对公司产品品质的肯定。



无限极（中国）荣获“供应商质量管理示范单位”称号

10月30日，无限极（中国）在“第六届中国质量学术与创新论坛”上获得由中国质量协会和卓越国际质量科学研究院颁发的“供应商质量管理示范单位”荣誉称号。

本次获奖体现了公司在行业规范化方面的迅速发展，也是公司前瞻规划、坚持践行“卓越供应链管理模式”并有效落实质量管理前移的结果。



品质责任篇

社会认可

无限极化妆品车间通过GMP体系认证

11月26日，无限极化妆品生产车间通过化妆品GMP（ISO22716:2007和GMPC（US））的认证现场审核，表明公司的化妆品管理体系已完全符合GMPC（化妆品良好操作规范指南（美国）），2008、ISO22716:2007（E）（化妆品-良好操作规范（GMP）指南）要求，达到了国际体系标准要求。

新会生产基地制作部荣获“全国现场管理五星级”荣誉

12月2日，无限极（中国）新会生产基地制作部在“2014年全国现场管理星级评价颁奖典礼”上被授予“全国现场管理五星级”的荣誉，是唯一获此殊荣的食品/健康产品企业。



无限极清桑饮获台湾SNQ品质标准殊荣

12月18日，无限极清桑饮口服液于2014台湾SNQ品质标准授证仪式上荣获营养保健食品类“SNQ品质标准”。多位来自行业的代表和专家出席了授证仪式。该殊荣的获得代表了台湾地区有关管理部门和行业对公司产品质量的认可和肯定。



员工责任篇

员工责任解读

保障员工合法权益，与员工共同成长，共享成果，帮助实现其个人人生价值，既能提高员工的敬业度，确保为消费者提供优质的服务，更能提高企业的竞争力。

员工责任篇

人力资源管理基础数据

多年来，随着公司规模的增长，员工总数呈稳步增加，并保持着较高的稳定性。截止2014年12月31日，李锦记健康产品集团在中国内地的员工总数为3,884人，比2013年增长25.6%；在中国内地新增员工人数792人；同期女性员工占员工总数50.2%；员工离职率（不含工人）9.0%；累计晋升人数316人，占员工总数的14.6%；累计投入培训共计28,417小时。

学历比例图表（截止2014年12月31日的数据）

各级学历员工占比（除工人级及部分没有登记学历人员）	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
硕士及以上	6.3%	6.6%	6.4%	7.0%	7.0%	9.1%
本科及专科	83.5%	84.4%	86.2%	86.5%	87.7%	87.4%
专科以下	10.4%	9.3%	7.4%	7.0%	5.3%	3.5%

公司关注员工的感受，搭建多个双向沟通的平台。每年度进行员工满意度调查，通过28项调查维度考核公司各方面的指标变化，搜集员工意见，进行优缺点原因分析，制定改善计划，逐年完善。从2012年起，为全面了解员工“健康人生”状态情况以及对社会责任的理解与支持程度，在员工满意度调查中增设了相关的调查指标。2014年的员工满意度调查得分为8.76分，较2013年分数上升0.26分（3.06%），同时亦为过去10年的最高得分。

员工满意度调查六年对比表



员工责任篇

人力资源管理基础数据

员工满意度调查得分最高五项

指标	2014年得分	2013年得分	与2013年相比	指标解读
公司声誉	9.71	9.32	+0.39	员工是否具有企业自豪感
公司经营	9.34	9.15	+0.19	公司持续采取积极措施和合理制定战略实现业绩目标和争取行业领先地位
永远创业	9.11	8.87	+0.24	员工是否在心态、技能和行为上体现永远创业精神
企业认同	9.11	8.85	+0.26	评估员工对公司的忠诚度
思利及人	9.09	8.86	+0.23	评估员工对公司和同事思利及人的认同度

公司特别为员工设立了“长期服务奖”，为工作满5年、10年、15年、20年的员工给予荣誉纪念杯及旅游奖励，2014年共有257位同事获得了“长期服务奖”。

员工责任篇

关爱员工健康 培养健康习惯

持续举办“每天行走一万步”活动

为倡导践行饮食、起居、运动、情志的“四合理”生活方式。公司连续第二年举办“无限极中心行走日”活动，号召员工每周四下班后自发组织在花城广场行走，全年累计超过650人次参与活动。

除了每周四的行走活动，公司还推出“行走新玩法”，帮助员工养成“每天行走一万步”的好习惯，其中“行走新玩法，我们为您的坚持而喝彩”活动及每季度的“无限极中心印花换好礼”活动倍受欢迎，活动中有超过900名“行走达人”成功挑战连续7天每天行走超过一万步；超过300名“行走先锋”成功挑战连续21天每天行走超过一万步，帮助员工日渐养成健康行走的好习惯。

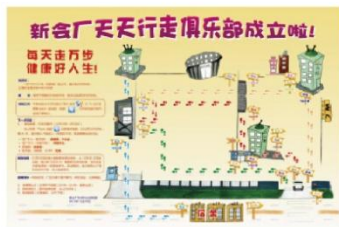


员工责任篇

关爱员工健康 培养健康习惯

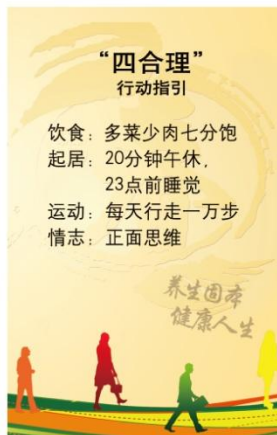
新会生产基地发动健康行走倡议

自2013年12月开始,新会生产基地以智能手机软件为工具,结合员工工作的实际情况,在厂区、生活区开展各种行走活动和健康理念推广,活动吸引了各部门员工积极参与,主动下载手机计步软件以及安排各类行走活动。公司透过“每天行走一万步”的持续推广,逐步影响更多员工提高健康意识,共同拥有更加健康的体魄。



无限极(中国)号召员工践行“四合理”

3月17-22日,无限极(中国)年会培训期间,对600多位主任级及以上员工倡导“四合理”行为:会议用餐多菜少肉七分饱;午休20分钟,23点前睡觉;每天行走一万步;正面思维。并派发“四合理”行动指引小卡片,推动行政员工践行“四合理”,提升员工的健康意识。



员工责任篇

关爱员工健康 培养健康习惯

2014年新员工健康理念培训

2014年公司对新员工进行了5场健康理念培训,共约240人参加。通过培训,让新员工进一步理解公司独特的健康理念,学习养生知识,帮助他们建立良好的生活习惯,获得健康的体魄,实现健康、家庭、事业的三平衡。



各部门组织开展践行“四合理”企业文化主题团建活动

公司每年都会举办两次员工团建活动,为更好地让全体员工体验“四合理”,公司制定了践行“四合理”企业文化团建操作指南,各部门根据操作指南分别组织开展了践行“四合理”的企业文化主题团建活动。



员工责任篇

关爱员工健康 培养健康习惯

借力数码科技搭建“悦读会”分享平台

为践行“学、做、教”的企业文化，并践行“四合理”中的情志内容，无限极（中国）在各部门、分公司设立了“悦读会”学习分享平台，以线上与线下相结合的方式推广企业文化与“四合理”。为中国区全体主理级及以上员工及各地的“悦读会”配发了2014年度推荐阅读书籍，各地定期组织读书角分享活动；同时建立了“悦读会”公众微信号，开展“冰桶挑战”之阅读分享大接龙，让全员可以随时随地透过数码平台分享阅读体会，为员工营造了良好的学习氛围。



员工责任篇

关爱员工健康 培养健康习惯

举办无限极健康理念体验营

2014年，公司共举办了无限极健康理念体验营，通过读书分享、运动体验、饮食搭配、起居习惯建议，让员工感受“四合理”，共同探讨健康理念的实践，并协助在各部门内推广和实施健康理念，带动更多的同事践行“四合理”。



举办2014全球研发及供应链第一届“创业杯”运动会

6月24日，无限极全球研发及供应链的近800名员工在新会生产基地举办了第一届“创业杯”运动会。丰富和精彩的赛事不仅激发了员工的运动激情，更加体会到健康体魄是永远创业的源泉，通过活动充分表达了公司对员工健康的重视。



员工责任篇

关爱员工健康 培养健康习惯

推广健康操齐齐“四合理”

7月1日,无限极新会生产基地参观接待部响应全球研发及供应链开展的“齐齐四合理”主题活动,举办“养生固本”健康操大赛,参赛健康操均由员工创作或改编,获胜作品作为部门的固定健康操。该活动丰富了员工的业余生活,强健员工体魄,舒缓工作疲劳,让员工通过践行“四合理”更好地投入工作。



新会生产基地积极预防禽流感、登革热

1月、9月在广东省内分别发生禽流感及登革热疫情,新会生产基地及时启动应急预案,全面预防疫情。疫情发生期间,共进行了超过200次的专业消杀,对外来人员共进行超过5,000人次的体温探热工作,实现了无一例禽流感和登革热疫情个案,使全体员工的身体健康得到了保障,也为生产过程增强了风险防范。



员工责任篇

落实企业文化 引发内心共鸣

“企业文化微电影——你导我拍”评选活动

公司通过企业文化论坛分享平台创新推出“企业文化微电影——你导我拍”活动,让员工发表作品讲述发生在自己身上或身边的企业文化故事。获奖作品将由员工亲自执导,与专业拍摄团队一起拍摄企业文化微电影。

公司通过这种创新的方式增加员工的参与,不仅加深员工对企业文化的理解、丰富企业文化的内容,更加深员工的主人翁责任感。



“企业文化微电影——你导我拍”的五强作品分别是(排名不分先后):

获奖作品:

部 门	姓 名	标 题
企业传讯部	麦兴桥	你也有偏见
甘肃分公司	杨柳旭	记忆的符号
媒体事务	余登科	一个胖子的减肥历程—减肥三部曲
新会生产中心	邝婷玉	播自我管理星火,扬企业文化宏光
新会厂质量管理部	黄文华	星星质量传承

员工责任篇

落实企业文化 引发内心共鸣

“2013我最喜欢的企业文化一小时”活动

全球研发及供应链举办“2013我最喜欢的企业文化一小时”系列活动，让员工全面参与进来。活动有效加深了员工对企业文化的全面理解，增进了团队的互信氛围和效能。



SCHR&物流部 - 跨部门“企业文化一小时”活动



物流部 - 活力大PK



采购部 - 201311自动放读书分享



SCHR - 自动放领导模式学习



物流部 - 广播体操



物流部 - 联谊活动



采购部 - 201310与供应商德隆联合公益

员工责任篇

落实企业文化 引发内心共鸣

借力数码平台分享企业文化

2014年，新会生产基地参观接待部开展了“你话我话 企业文化”分享活动。借助数码化平台，定期分享优秀企业文化实践案例，并开设微信讨论群，让员工互动、分享日常文化实践行动，不仅加深了员工对彼此的了解，更激发了员工借力数码平台随时随地分享对企业文化的新思考。



企业文化推广活动经验分享会

公司透过企业文化论坛分享平台推出“企业文化推广经验分享会”活动，通过形式多样、群策群力、头脑风暴等创新的交流形式，让与会人员通过分享会借鉴优秀部门的经验，激发更多的思考和理解，帮助各部门更好地推广企业文化。



资讯科技部成立企业文化推广小组

资讯科技部自2011年在部门建立企业文化推广小组虚拟架构以来，作为公司与员工进行企业文化交流分享的桥梁，定期举办“成长快车”系列讲座、“企业文化大视野”、企业文化年度表彰活动、“创新应用征文”评选等活动，透过不同形式的主题活动，不仅为员工提供了一个发挥的舞台，更让同事们在丰富的互动环节中分享成果，加深了对企业文化的理解。

员工责任篇

系统升级优化 提升用户体验

持续优化OA系统提升用户体验

2014年,公司对OA办公系统中的流程审批功能进行了版本升级,同时在5月31日推出移动端APP,实现OA系统的电子流程可以支持多渠道审批。无论使用手机、平板还是电脑都一样可以进行审批,技术的创新提高了办公效率,推动了全面无纸化办公的进程。



IT服务呼叫管理系统上线

7月1日,公司IT服务呼叫管理系统上线,IT服务热线从普通办公电话接听升级到先进智能化呼叫管理。

IT服务呼叫管理系统与公司的UIM系统无缝衔接,来电输入员工号码后,系统即可获取到该员工的相关身份信息。同时,系统会将员工的详细信息及最近的服务记录提供给话务员,服务工程师可快速抵达服务现场。此外,IT服务热线语音方面也进行了分层菜单向导设计,可以引导员工快速找到对应的专业服务,优化后的服务热线比以前更容易拨打,由原来的5-6分钟缩短到1-2分钟,不仅为员工提供更快捷、方便的IT服务,提高工作效率,更为快速响应顾客需求提供技术支持保障。

全面优化员工购货流程

为进一步提升员工购货的支付便捷性,公司开通了多种支付平台及转账功能,包括微信面对面收钱、拉卡拉转账等即时交易工具,为员工提供最便利、快捷的服务体验。

员工责任篇

福利升级 用心培养

中国地区年假福利升级

公司对中国地区的员工福利进行持续优化,继商业保险升级后,在2014年为推动员工的“三平衡”,升级优化了中国地区员工带薪年假制度,鼓励员工利用年假更好地安排工作与生活,致力建设体现“实现平衡、富足、和谐的健康人生”理念的福利体系。

“借力IT打造核心竞争力”交流研讨会

5月5日,在无限极中心举办了“借力IT打造核心竞争力”交流研讨会,并邀请中山大学管理学院教授、多位各行业企业CIO、中山大学MBA研究生等20多人参与。共同探讨在企业发展的各个阶段如何与时俱进,引领企业借力IT打造核心竞争力。

通过轻松问答互动环节,让员工在实践交流中加深了理论学习,让参会人员在企业管理方面得到了启发。透过专业的研讨会提升员工技术竞争力,为员工提供更多纵向发展机会。



员工责任篇

开展康乐活动 实现“三平衡”

康乐会，由员工选举产生，关注员工身心健康和家庭融合，是帮助员工实现“健康人生”的加速器。在公司丰富资源和强大平台的支持下，康乐会以统筹、规划、推进与落实为一体，开展丰富多彩的员工康乐活动。

2014年康乐会组织架构图



员工责任篇

开展康乐活动 实现“三平衡”

康乐会2014年全年活动一览

活动类型	活动内容	
大型活动	“无限极好声音”第二届卡拉OK比赛	
	“万步行走白云山，植树造林种希望”植树活动	
	“探索科学，家庭同乐”无限极2014年家庭同乐日	
	“三平衡杯”第四届无限极羽毛球赛	
	康乐会2014奇妙圣诞晚会	
日常活动	沙龙类	欢欢喜喜“四合理”之家有才子女绘画坊
		急救讲座第一期（外伤止血、伤口包扎、气道异物梗阻、烧伤、溺水）
		急救讲座第二期（心肺复苏术、骨折固定、伤员搬运、食物中毒）
	运动类	摄影讲座
		篮球
		足球
		羽毛球
	文艺类	游泳
		形体瑜伽班
		活力爵士班
	户外类	啦啦操
		“快乐骑行，放飞心情”大夫山骑行钓鱼活动
		火炉山徒步活动
	游戏类	云台花园赏花活动
		各类棋牌游戏
		各类桌游游戏
		密室逃脱一期
		密室逃脱二期

员工责任篇

开展康乐活动 实现“三平衡”

大夫山骑单车活动

6月7日，康乐会组织大夫山骑单车活动，很多员工都带上家属及子女共同参加，收获了快乐的一天。



员工家庭同乐日

8月9日，“无限极同乐嘉年华”在科学馆中心举行，活动吸引了超过240个家庭，共计650人参加。活动内容丰富，既参观了充满无限遐想的科学馆，还举行了嘉年华的亲子活动，老少咸宜，共享快乐。员工不仅收获了同事的友谊、家人的支持，更感受到公司在“三平衡”方面对员工的用心和付出。



“三平衡杯”第四届无限极羽毛球大赛

11月8日，“三平衡杯”第四届无限极羽毛球大赛在暨南大学邵逸夫体育馆顺利拉下帷幕。现场参赛人员与观众接近450人，经过一天的激烈角逐，决出冠、亚、季军。

一年一届的羽毛球比赛，令员工在切磋球技的同时，又能增进彼此之间的默契与感情，同时让员工、家人在欢乐中践行“三平衡”理念。



举办圣诞party

12月19日，在圣诞节来临之际，无限极举办了“2014奇妙圣诞晚会”，活动共吸引了186名员工参加，精彩纷呈的party不仅让员工收获一份快乐，更能感受到公司在积极推行“三平衡”的细心与用心。

员工责任篇

社会认可

无限极（中国）蝉联“2014年广州日报最佳雇主综合奖”

10月31日，无限极（中国）在第11届中国人力资本管理大会上获颁“2014年广州日报最佳雇主”综合奖和“关注企业文化标杆企业”单项奖。这是继2013年后无限极再次获得广州日报对企业在雇主和文化方面的认可。



本次评选结果显示，无限极员工敬业度及对企业文化的认同度远高于行业平均水平。优秀的企业文化不仅让员工感到快乐、发挥潜能、成就自己，更形成企业和员工共同进步的良性循环。

荣获“2014 WIAL医疗保健行业行动学习奖”

11月7日，无限极（中国）在印度新德里获得由WIAL（国际行动学习协会）颁发的“2014 WIAL医疗保健行业行动学习奖”。无限极是上千家参选单位中唯一获奖的中国企业。



无限极（中国）蝉联“中国好雇主优秀企业奖”

11月20日，无限极（中国）在由太和顾问主办的第三届中国好雇主颁奖盛典上，荣获“2014中国好雇主优秀企业奖”。本次评选由太和顾问联合行业专家、媒体评委基于近千家参选企业内部员工的调查数据，从企业文化、人才管理、薪酬福利、职业发展等四个维度评选出符合员工心目中“好雇主”形象的优秀企业。



员工责任篇

社会认可

无限极（中国）获颁2014中国最佳人力资源 典范企业之“最佳绩效管理策略”奖

12月15日，无限极（中国）在由中国领先的人力资源服务商前程无忧主办的“2014中国最佳人力资源典范企业”颁奖典礼上荣获“2014最佳绩效管理策略”单项奖。



无限极（中国）在第九届中国雇主品牌论坛上荣获两项殊荣

12月21日，无限极（中国）“第九届中国雇主品牌论坛暨2014年中国最佳雇主评选颁奖典礼”上荣获“2014年度中国最佳雇主”奖。同时，李锦记健康产品集团主席兼行政总裁、无限极（中国）有限公司董事长李惠森先生荣获“2014年度中国最具社会责任企业家”奖。



员工责任篇

社会认可

无限极新会生产基地饭堂获得“A级饭堂”授牌

2014年新会生产中心的员工饭堂获广东省食品药品监督管理局“A级饭堂”授牌。认证过程中，审核部门对饭堂的硬件设施及运作给予高度的认可，表扬公司关注食品安全、关注员工健康。



伙伴责任篇

伙伴责任解读

帮助伙伴有序经营，共建规范健康的市场环境，不仅有利于保障伙伴的长久利益，更促进行业的健康稳定发展；同时，企业搭建平台、多元培养、激励成长，助力伙伴实现梦想。



伙伴责任篇

规范市场 有序经营

规则教育

无限极一直坚信“规范经营，教育先行”的理念。2014年，通过多种形式的教育，致力于规范业务市场行为，维护业务市场的秩序，保障伙伴们的长久利益。

1 教育素材普及

为助力无限极市场自行开展规则教育，公司的业务规则部门编写了《业务市场自行开展规则教育素材库》，内容实用，简单易懂、易复制，使用方便；并将《素材库》制成近2,000个U盘，免费派发给业务伙伴，鼓励市场领导人带头开展规则教育，带动整个市场规范化发展。



2 开展规则教育

无限极全年共组织开展规则教育1,755场，参与人数达56,134人。公司的规则教育建设影响深厚，成功带动业务市场自行开展规则教育1,582场，共吸引124,981人参加。

3 开展全国专卖店培训

无限极连续两年开展全国专卖店培训，旨在不断提升业务市场的规范性，为公司和整个行业培养更多规范经营的业务人才。2014年，来自29家省级分公司的4,964名业务伙伴参加了全国专卖店培训，培训围绕诚信、自律和责任三要素，以游戏、互动、分享等寓教于乐的形式帮助业务伙伴感悟和领会规范经营的重要性，满意度达9.73分。



伙伴责任篇

规范市场 有序经营

4 发布教育软文

继2013年“和谐发展系列访谈”受到业务市场及行政员工关注后，2014年公司继续邀请中国市场四大区域总监与高端业务伙伴就业务制度及多发违规现象发表真知灼见，引导大家认识规则、严守规则，推动企业规范经营、稳健发展，共建行业规范、诚信的良好环境。访谈汇总如下：

时间	业务伙伴	访谈主题
9月	宋志高、赵青、王春洁	“和谐发展”系列访谈之管理责任
10月	吕学军、杨辉、李先芳	“和谐发展”系列访谈之经营其他
12月	张刚、黄雅茜、陈华	“和谐发展”系列访谈之举报奖励
12月	唐永红、田杰、匡伟华	“和谐发展”系列访谈之重复申请



伙伴责任篇

规范市场 有序经营

5 数码平台宣导

无限极通过教育网、e帆网、微信、手机客户端等数码平台，发布教育软文、漫画和规则资讯共188篇，为伙伴们提供了接受规则教育的快捷通道。

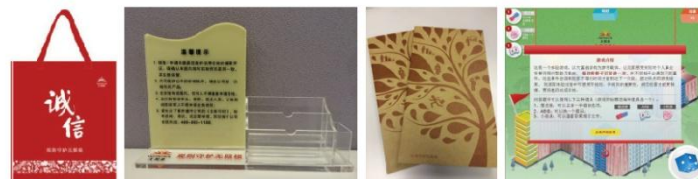
1-3月，公司开展微信互动活动，对《业务守则（2014版）》进行宣导推广，共5,461人参与答题；9月起，通过“无限极服务”微信服务号搜索关键字可查询守则全部内容。同时，在无限极教育网推出《规则案例库》，以喜闻乐见的“故事汇”形式，分享真实案例，传递规则知识。

6 推出规则教育短片与广宣品

2014年，无限极制作多部规则教育短片：《如果一切可以重来》、《大树篇》及《鸡蛋篇》，通过微信、微博、官网、教育网、e帆网等网络平台发布。真实的故事发人深思，多角度、多形式的沟通在市场引起了强烈反响。



同时，公司还面向业务市场制作、派发了诚信主题环保袋、规则教育记事本、专卖店规范经营名片座，并推出规则教育在线游戏“小极在路上（试玩版）”。



公司希望通过多种形式的活动，向伙伴们宣导诚实守信原则，从而实现有序经营，建设行业良好环境。

伙伴责任篇

规范市场 有序经营

7 规则知识分享会

1月,无限极对行政员工举办了4场《业务守则(2014版)》学习分享会。9月,在客服中心举办了《规则职能基础课件》学习分享会。通过专业的规则基础知识讲解、详细的违规情形介绍、现场答疑等,助力行政员工日常工作的开展。



8 推出维汉双语版《业务守则(2014版)》

为确保在新疆地区的业务稳定发展,引导业务市场规范化,无限极印制了5,000套维汉双语版《业务守则(2014版)》,供当地业务市场学习、使用。



伙伴责任篇

规范市场 有序经营

规则执行

1 严格管理业务人员行为

无限极全年共查处违规案件586起,涉及人员1,417人次。因严重降价销售等行为追究市场领导人管理责任74人次。对重大、典型违规行为进行及时通报,其中e帆网通报493人次,微信实名通报31人次,短信通报9人次。无限极通过惩治与教育相结合的方式使业务人员引以为戒,严格管理业务伙伴的行为,营造有序经营、健康发展的行业风气。

2 整治降价销售

1. 2014年,无限极秉持“无论职级、一经查实,从重、从快”的处理原则,持续对降价销售违规行为开展重点整治。全年共查处降价销售违规案件42起,处分126人次。并与专业第三方公司合作,对某宝网进行整治,重点地区未授权店铺由1,079家降至950家,重点城市未授权店铺由701家降至498家,删除侵权链接17,749条。11月,首次在《辽沈晚报》媒体平台上连续两天刊登《认准正规渠道 保障消费权益》的声明。



伙伴责任篇

规范市场 有序经营

2. 2014年第一季度，公司通过e帆网、教育网、微信业务导航等内部网络平台持续发布了四篇降价主题系列教育软文，包括：《如果一切可以重来》、《纵容等于失去》、《我们的爱情不打折》及《我们一直在路上》，以崭新的角度、图文并茂的形式，传达降价销售的危害及公司坚决查处降价销售的决心和态度。



3. 为配合无限极“整治降价销售”重点工作项目，5月起，公司在全国专卖店培训、年度经理训等会议中派发《举报奖励规定》宣传单张，鼓励业务伙伴共同监督，协助公司维护公平、有序的市场价格秩序。



伙伴责任篇

规范市场 有序经营

3 整治社会化媒体信息传播

无限极继2013年公布《业务人员社会化媒体使用规范（试行版）》后，在2014年5月经相关部门共同商议，公司决定对传播涉及政治因素等三类信息进行重点整治，引导业务伙伴正确地使用社会化媒体。

规则岗位的员工队伍建设

从控制人员变动率、提升专业度及构建“规则主任能力素质模型”三方面开展规则岗位员工队伍建设，旨在建设一支稳定、专业、高效、爽快的业务规则员工队伍，维护市场经营秩序，保护业务伙伴长期利益，助力企业持续发展。



伙伴责任篇

关注伙伴身心健康 助力实现健康人生

无限极（中国）带动业务伙伴践行“四合理”

2014年，无限极（中国）通过市场领导人带头践行、加强健康理念在业务活动中的融入与体验、建立并完善推广传播平台与工具、加强与其它相关项目的链接与沟通四个方面来推广业务伙伴践行“四合理”。业务市场领导人除了在总监级会议、业务经理培训、健康体验营活动中率先带头践行，3月、7月、10月，无限极（中国）全国咨询委员也参加了三期“四合理”体验营；还创新通过微信平台传播市场领导人“每天行走一万步”视频，以影响更多的业务伙伴；此外还在海外培训中融入“四合理”体验，参与人数达到约8,870人。全年共带动业务伙伴超4.5万人次参与“四合理”的践行。



伙伴责任篇

关注伙伴身心健康 助力实现健康人生

无限极（马来西亚）举办健康理念工作坊

2-4月，无限极（马来西亚）举办了三场健康理念工作坊，伙伴们透过工作坊活动深入了解无限极健康理念以及健康生活方式。



海外市场举办“四合理”体验营、养生营

从5月起，无限极（香港）每月举办两次“四合理”体验营活动。公司关注伙伴身心健康，从运动和饮食方面带领大家共同践行“四合理”。

从3月起，无限极（台湾）每周举办一次“四合理”养生营。通过户外实践、参观考察等活动，业务伙伴认识了“四合理”对健康和事业的贡献，启发了大家养成良好健康习惯。“四合理”养生营活动体现了无限极帮助伙伴实现健康人生的积极态度。

从4月起，无限极（马来西亚）不定期举办了多场“四合理”体验营，通过分享活动使伙伴们更了解“四合理”。



伙伴责任篇

多元培训 共同成长



无限极（中国）培训活动

2014年，无限极分别在辽宁、贵州、福建等地开展新晋升业务经理、主任培训。全年共计约1,000名新晋升见习业务经理、约7,000名高级业务主任参加培训。公司持续关注业务伙伴个人能力提升，通过一系列高质量的培训活动，包括技能培训、公司重要信息倡导、公司产品介绍、团建等，有效帮助伙伴顺利开展日常业务，为行业培养更多的精英业务员，使行业蓬勃发展。



“美丽有约”全国大型巡回活动与专家全国巡讲活动

从4月起，“美丽有约”全国大型巡回活动在无限极各分公司共举办58场，参加人数超过2万。此外，专家全国巡讲活动也在全国各地举办了60场，参加人数超过3万。活动通过生动的讲解、示范和体验，有效教导伙伴们如何提升美丽与健康。



海外分公司讲座及培训活动

4-12月，无限极（台湾）举办了6场专家专场培训讲座活动，内容包括健康知识、美丽分享等。活动吸引了众多伙伴参与，不仅有效帮助他们拓展事业，还对增强他们对无限极事业的信心起到积极的推进作用。7-8月间，无限极（台湾）举办了5场旨在提高伙伴业务技巧的分享会，通过现场实操、深度分享助力业务发展，同时提升伙伴对于企业文化的理解和认同。

6月14日，无限极（香港）邀请了专家教授到场提供专题讲座。讲座上教授深入浅出的讲解令伙伴们获益良多。

7-11月，无限极（马来西亚）为业务伙伴举办了7场别开生面的培训及讲座活动，有效提升他们的业务能力与知识技能。

伙伴责任篇

传承发展 梦想接力

帮助业务伙伴实现业务传承发展

1月起，无限极为践行“思利及人”文化和“永远创业”精神，正式推出传承发展的相关制度及支持举措，从交接规划、业务资格接替、交接班人权益与待遇及意向接班人报备制度等，为业务伙伴事业顺利传承提供全方位的支持。截至目前，已有440人办理了“传承”，在新的创业平台上，服务社会，创造价值。

6月开始，完成事业交接班的市场领导人们通过“梦想接力”活动展示无限极事业传承发展的独特魅力。活动在全国各地火热开展，已有2万新老伙伴参与其中，“梦想接力”活动已成为最受市场欢迎的创新业务活动之一，“创二代”也将通过无限极的平台追逐梦想，实现人生价值。



伙伴责任篇

借力数码科技 提升服务质量

e帆网手机客户端上线

为方便伙伴在线购货、查看促销活动和购货记录,支持更多的伙伴通过智能手机登陆e帆网开展业务,无限极新推出的e帆网手机客户端于1月6日正式上线。至1月底,客户端点击量超过13万次。公司快速创新,以多元化的服务为伙伴们提供了全新快捷的查询、购货以及支付体验。



微信“无限极服务”新业务应用推出

为了更好地服务业务市场,无限极于1月6日全新推出微信“无限极服务”新业务应用,支持智能手机和平板电脑进行业务信息查询及资讯浏览,包括快速查询“个人信息”及“培训积分”等。“无限极服务”微信服务号的推出为业务伙伴了解个人业务信息、公司动态及相关媒体报导提供了快捷通道。此外,该应用还支持无限极全国各专卖店进行有奖问答和专卖店培训现场数码科技应用的体验活动,为伙伴们的培训增添乐趣。



伙伴责任篇

借力数码科技 提升服务质量

e帆网自助终端项目第一期建设完成

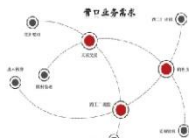
作为e帆网的三大渠道项目之一,e帆网自助终端项目自5月15日启动以来,第一期已于12月8日在全国28家服务中心正式上线。帮助无限极业务伙伴更便利、快捷地查询产品信息、个人信息、专卖店信息及个人业务信息,为业务伙伴提供更优质的服务。



营口信息系统项目上线

9月,营口信息系统项目上线,该项目在业务方面为营口生产基地提供了仓储管理、采购管理和跨工厂调拨等业务运作支持,在管理方面则有效提高了流程运作效率、降低了物流作业的错误几率。

该项目的上线标志着无限极成功打通南北市场的供货通道,日益提高的信息系统技术更是为日益发展的业务市场需求提供了强有力的保障。



伙伴责任篇

搭建平台 深化沟通

无限极业务咨询会议

全国业务咨询会议委员会（简称业务咨询会议）是无限极为了更好地服务市场，由公司管理层和高阶市场领导人组成，共同研讨公司发展策略、分享公司重要信息、听取市场声音、制定行动计划的重要会议，每年定期举行。

2014年3月、7月、10月，无限极举办了三次业务咨询会议，公司管理层与市场领导人就产品质量、物流等话题展开讨论，广泛听取全国业务咨询委员的意见与建议。公司搭建的这一沟通交流平台，旨在为业务市场提供更好的服务与支持。



无限极第七届供应伙伴业务促进暨合作联谊大会

11月28日，以“合作创价值，发展赢未来”为主题的无限极第七届供应伙伴业务促进暨合作联谊大会隆重举行。大会对表现突出的供应商进行了嘉许激励。

这是公司连续第七年举办大会，通过坚持打造平台与机制，鼓励上下游伙伴实现更高标准的协同发展，形成目标一致、标准一致的产业生态圈，推动社会发展前行。



伙伴责任篇

激励鼓舞 共享价值

新晋升业务伙伴表彰活动

2014年全年无限极业务市场共举办新晋升业务伙伴晋升表彰活动共计1,023场次，新晋升总监级受彰仪式5场，共计47位业务总监，1位首席业务总监。通过晋升表彰活动对业务伙伴的贡献表示肯定与感谢，藉此鼓舞伙伴们永远创业、追逐梦想。



2014年无限极（中国）海外培训

4-10月，无限极（中国）的业务伙伴们分别踏上了不同的国土，展开了五场精彩的海外培训，包括“激扬之旅”、“希望之旅”、“风光之旅”、“华彩之旅”和“亲情之旅”。公司透过活动有效激励伙伴，帮助他们开阔视野，共享成果。

4月下旬，激扬之旅在上海启航，途经韩国釜山、丽水，2,600名伙伴参与。

5月中旬，希望之旅正式在泰国启动，约6,000名伙伴参与。

6月中旬，风光之旅在新西兰举行，约300名伙伴参加。

9月中旬，100多位业务伙伴前往法国尼斯展开华彩之旅。

10月中旬，亲情之旅出发前往普吉岛，约300名伙伴参与。



伙伴责任篇

激励鼓舞 共享价值

广州、新会见证之旅

7月9日，无限极（台湾）组织了一次“广州见证之旅”，数十名业务伙伴热情参与，活动包括参观无限极中心及召开无限极大会等环节。

11月6-9日，无限极（马来西亚）开展了“广州/新会体验之旅”。业务伙伴不仅参观了无限极中心，还前往无限极新会生产基地，见证公司的生产规模与实力。

以上活动有效增进伙伴们对无限极的了解，见证公司发展的成果，凝聚向心力。



桂林激励之旅

11月13-18日，无限极（马来西亚）为鼓舞业务伙伴追逐梦想，组织22名伙伴参与了桂林激励之旅。



伙伴责任篇

社会认可

无限极（中国）客服中心正式通过4PS国际标准认证

历经6个月、5个阶段、360度全方位的严格测评后，在2月21日无限极（中国）客服中心正式通过4PS国际标准认证。4PS国际标准是唯一受到国家工信部、人力资源与社会保障部等相关部门认可的行业推荐标准。

客服中心继荣获“2012年度中国最佳客户联络中心——行业新锐奖”后，再次获权威行业认可。这不仅标志着客服中心与国际标准化管理的全面接轨，向标杆客服中心更迈进了一步，更是对企业承担伙伴责任、不断提升服务水平和行业竞争力、践行服务宗旨关注顾客体验的肯定。



无限极（中国）荣获《商业评论》“第八届管理行动奖”

12月5日，无限极（中国）在“2014商业评论大会——中国Top50实战案例复盘暨第八届‘管理行动奖’颁奖盛典”上荣获管理行动奖优秀奖。

无限极的企业文化与客企一体、高度参与的企业经营理念及突出践行，获得权威媒体的肯定，为其他企业提供了案例经验。



环境责任篇

环境责任解读

将环保理念融入公司日常运营中，并倡导员工养成低碳生活习惯，促进人类行为与环境和諧共存，实现资源的可持续发展。



环境责任篇

节能降耗 推动环保

产品包装开发管理引入4R原则

无限极在新产品包装开发过程中注重产业的可持续发展，贯彻落实包装开发的4R原则——减量化、重复使用、回收利用、可降解性。

在开发过程中，尽量避免使用非环保收缩膜材料，逐渐淘汰PVC材料，采用环保材料BOPP、POF。目前无限极已经在男士护肤系列、心维雅套装、萃雅清润系列产品中更换包装材料。此外，还推出了复合膜自立袋补充包装，减少了塑料瓶的用量，降低塑料的使用对环境造成的污染，已在帮得佳系列中全线采用这种包装概念。

同时，无限极还重视选择和开发适合公司产品的生物环保材料，目前已经启动了生物可降解、可降解混合材料的应用研究，根据材料特性应用于环保购物袋及部分日化产品包装中。其他包装辅助材料的选择也将环保性放在首选位置，尤其在油墨、粘合剂等方面加强了管理力度。包装结构上，在不影响产品质量的情况下，减少包装使用量，如产品包装中增加了防盗环，减少了收缩膜的使用。在高端护肤品包装中采用可重复利用的创新专利设计，减少包装废弃的情况。

无限极通过不断创新，开发并推出高品质的环保包装，以践行环境责任。



环境责任篇

节能降耗 推动环保

参加环保包装研讨论坛

无限极参与了“品牌所有者专题讨论会”，结合公司产品包装的质量要求、包装材料选用原则、包装功能需求设计等方面，和各大品牌公司与会代表进行积极分享与研讨，无限极主要分享了对产品高品质及其安全性和环保性的做法。

通过与其他企业的交流，吸收优秀经验，促进新技术的推动和应用，从而推广环保包装的不断创新和提升，将环保理念融入开发和设计中。



推广无限极包装发展理念

无限极包装研发及工程代表参加了“2014年包装技术创新高峰论坛”，并在论坛上结合产品包装环保、防伪、防盗、儿童锁、阻隔功能等研发方向与需求的话题，现场分享了无限极对产品包装环保性、安全性、高品质及用户体验的标准与管理。与专家、企业等各界代表交流和分享，促进包装理念的整体发展和进步。



环境责任篇

创新环保 创造价值

无限极推出以中草药渣饲料喂养猪肉制作广式腊肠

1月，无限极开发的广式腊肠正式投入内部试用和调研阶段。产品采用中国八大地方优良猪种之一的陆川猪，以公司中草药渣加工处理后的发酵饲料喂养10个月（普通猪饲养周期为4-5个月），以天然肠衣及广式腊肠之传统工艺制成。

连续四年的持续研发改良，制作出上乘的腊味产品，有效带动了循环经济在公司产业上的发展，将大大减轻药渣处理的压力，以创新的环保措施，既能为环保贡献力量，也能创造商业价值。



环境责任篇

改善生产设备 提升环保效能

加装变频器提升节能效果

无限极发现在日常使用过程中，空压机加载和卸载较频繁，机组空载运行时能耗浪费严重，吸气阀频繁动作造成故障升高，经专业咨询在不影响机器使用情况下增加变频器，根据生产车间用气负荷与压力自动变频即可节约能耗又能减少设备故障。技术改进后每年可节约28万kw.h的电量。



增换设备节约能源

日常使用过程中，水泵运行不能满足生产现场需求，工作人员通过原因查找与分析，确定水泵效率低，需增加设备运行台数才能满足需求，但设备数量增加，电耗也将相应增加，最终对低效率水泵进行汰换。更换设备后每年将可节约15万kw.h电量。



搭建高标准的污水处理系统

为了满足环保高标准要求，生产车间新增一套脱磷设备，对两地洗房污水进行独立收集，再通过脱磷处理设备处理，处理后的污水再进行现有的污水处理系统。改良处理工序后，污水处理后排放的污水达到了环保高要求。



打造绿色环保数据中心机房

11月，无限极营口生产中心的数据中心机房建设完成。机房应用新的环保技术，采用新的屏蔽技术，大大降低了机房区间内电磁辐射的水平，远低于国家标准要求。并且全机房采用环保绿色设计理念，从配电、空调到照明都采用了节能环保设计。



全机房采用LED环保照明，配电采用绿色环保UPS系统，减少了注入电网谐波电流、输入功率因数接近1。在满载时比传统机房每年节省约3万度用电，相当于减少约3万千克的二氧化碳排放，电磁辐射低于国家《环境电磁波卫生标准（GB9175-88）》。

供应链信息化建设推进无纸化办公

2014年，公司供应信息化办公管理流程启用无纸化办公，每天直接节约纸张2,000张以上。一年可节约纸张600万张，相当于种植了4,000颗树。（据有关资料表明，节约1,500张纸，相当种植1颗树）

环境责任篇

保护资源 从“我”做起



响应“地球一小时”活动

3月29日20:30，公司继续响应“地球一小时——低碳生活共创蓝天”活动，以“一起数星星”为创意主题吸引员工参与，同时联合海外市场共同响应。

这是无限极连续第五年带动员工、业务伙伴参加全球迄今为止最大规模的环保活动，以节能低碳拥抱绿色生活，同时结合健康理念推广“每天行走一万步”。

无限极植树活动

3月23日，无限极员工及家属共112人参加了公司在广州白云山举办的2014年植树活动，共种下了51棵树苗。在积极践行环保责任的同时，公司还为员工提供了一个实现健康、家庭、事业三平衡的平台。

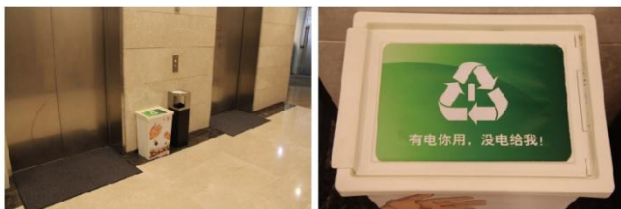


环境责任篇

保护资源 从“我”做起

持续实施废旧电池统一回收

废旧电池如果没有得到妥善处理，一节一号废旧电池烂在地里，能使一平方米的土地失去利用价值。无限极自2012年起在无限极中心和各地分公司持续实施废旧电池统一回收行动，倡导员工将废旧电池放入回收箱中，由公司统一交给外部的专门单位进行集中处理，保护环境。由实施至今共回收约4,700粒废旧电池，相当于保护了4,700平方米土地。



无限极提倡旧书再利用

4月，无限极举办了以“让爱在书海中徜徉”为主题的第二届员工爱心跳蚤市场。通过组织员工捐书、换书以及旧书义卖的形式，让旧书得到再利用，义卖所得金额全数捐给思利及人公益基金会。在一个半月的时间里，收集到超过两百本图书，比上届活动多了三成。

通过活动，转变旧书资源的使用情况，让资源得到再利用，减少浪费，从而保护地球资源。



环境责任篇

保护资源 从“我”做起

举办创意节电点子征集活动

8月1日，无限极启动了“等你献计·节电妙招”征集活动。活动历时3个月，得到了各地员工的广泛关注与积极投稿。期间还邀请了广州供电局的专家为员工举办节电讲座，提高员工的用电常识。

活动后通过对征集到的节电点子进行筛选与分类，配以生动活泼的插图，汇集成“册”，通过更直观的节电电子手册，把节约用电的倡导广为传播，让更多的员工都参与到节电行动中来。



环境责任篇

社会认可

无限极（中国）获新会区十大最绿厂企称号

9月1日，无限极（中国）新会生产基地荣获新会区十大最绿厂企称号。公司积极推动生态文明建设，不仅向员工积极传播绿色生态理念，更致力携手员工一起积极参与到环保行动中。



社区责任篇

社区责任解读

时代已进入善经济时代，社会价值决定经济价值，企业积极投身社区建设与发展，为社会公益慈善贡献力量，不仅提升企业存在的价值，更加快中国梦的实现。

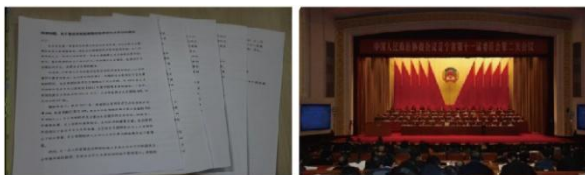


社区责任篇

献计献策 共建和谐社会

李惠森先生出席辽宁省政协十一届二次会议

1月16日，李锦记健康产品集团主席兼行政总裁、无限极（中国）有限公司董事长李惠森先生作为第十一届辽宁省政协常委参加了在沈阳召开的辽宁省政协十一届二次会议，并在会议期间提交了《关于重视和鼓励家族企业承担社会责任的建议》的提案。



李惠森先生参加全国政协第十二届第二次会议

3月3日，李锦记健康产品集团主席兼行政总裁李惠森先生参加中国政协十二届二次会议并提交了和家族企业相关的提案。多家媒体采访了李惠森先生，纷纷分享其对于家族企业“治未病”以及家族企业积极承担社会责任的理念。

社区责任篇

发挥公益平台作用 践行慈善公益

思利及人公益基金会2014年度公益项目

公益慈善活动类别	项目名称	金 额 (单位：元)
教育	思利及人助学圆梦项目---2014级河北护理班	996,000
	思利及人助学圆梦项目---2014级湖北模具班	658,200
	思利及人助学圆梦项目---2015级云南班	1,200,000
其他公益慈善活动	安徽暑期教师培训计划	53,675
	云南康平镇曼老街村上组下组及村委会饮水管网改造项目	87,700
	“关爱孤老 情暖广州”公益项目	180,000
	福建SOS儿童村捐资助养项目	105,000
	新疆克州阿图什市阿扎克乡提亚村小学扶贫助教活动	89,640
	浙江爱心捐助公益活动	84,242
	惠东无限极海联小学捐资助教计划	38,000
	甘肃“无限星空 大爱助学”公益活动	89,984
	“抱一抱、添棉衣、推开窗”公益活动	169,050
	河南“快乐儿童之家—关爱留守儿童”公益活动	84,300
	吉林捐资助学公益活动	120,000
	四川“帮困助学 爱在涪城”公益活动	89,320
	贵州“无限爱心 携手红星”公益活动	86,016
	北京“助学圆梦 杏林春暖”公益活动	100,000
	湖南“爱心无限 温暖社区”公益活动	90,000

（以上其他公益慈善活动项目以发生日期计算，不以财务收支计算）

社区责任篇

发挥公益平台作用 践行慈善公益

思利及人助学圆梦项目

思利及人公益基金会在2013年借助企业优势资源，成功启动了第一个自主设计的公益项目——助学圆梦项目。项目通过创新的公益模式，聚集各方力量，为品学兼优的贫困青少年提供资助和学习渠道，根据社会急需岗位选择专业课程，圆其学习专业技能梦想，并在课程中融入中华核心价值观及中华养生文化的内容，培养其成为有道德、有知识、有能力、懂养生的人才。让受助者通过自身努力实现就业脱贫，为一个家庭乃至一个地区带去希望，解决社会热点问题，体现“授人以渔”的慈善观念。

2013年助学圆梦项目已成功开设了毕节厨师班和2013级四川雅安班两个子项目，共资助55名贫困学子。2014年无限极再次透过基金会新开设三个子项目，共资助学生125名。截至目前，已在全国内地开设五个班级，共资助180名学生，累计总投入近500万元人民币。

1 思利及人助学圆梦班思利及人文化和健康理念授课

5月、7月和12月，思利及人公益基金会组织员工志愿者与思利及人助学圆梦项目之2013、2014级四川雅安班、毕节厨师班的学生分别举行了座谈和思利及人文化及健康理念授课活动。

授课前，学生们带着自己在学习、生活、成长、就业等各方面的问题和困惑，与无限极员工志愿者进行了亲切的交谈。这些“大哥哥大姐姐”结合个人的成长经历和对生活的理解，运用同学们喜闻乐见的形式引入中华传统文化的智慧，对同学们的问题进行了耐心解答，受到了同学和老师们的热烈欢迎。虽然只是小小的一个环节，但同学们从中看到了企业的用心，收获了自信和动力，员工志愿者也在活动中感受到自我的价值和成长。

活动后学生代表利表示：“非常感谢无限极一直对我们的关心和重视。今天有机会与各位哥哥、姐姐交流，真的给了我们很多启发。他们一直鼓励我们，要对自己有信心，努力去做我们的梦想！”



社区责任篇

发挥公益平台作用 践行慈善公益

2 思利及人助学圆梦项目—2014级河北护理班开班

7月21日，由无限极（中国）透过思利及人公益基金会捐资的“思利及人助学圆梦项目—2014级河北护理班”在河北女子职业技术学院正式启动。项目从2014年9月开始，连续三年资助60名家庭贫困、成绩优异的女生顺利完成学业，包括资助学费和住宿费，以圆她们美好的大学梦。



3 思利及人助学圆梦项目—2014级湖北模具班开班

8月21日，由无限极（中国）透过思利及人公益基金会捐资的“思利及人助学圆梦项目—2014级湖北模具班”在湖北省武汉职业技术学院正式启动。项目从9月开始，通过多种方案资助40名学生接受模具设计制造方面的专业教育，帮助其实现职业目标和人生梦想。



社区责任篇

发挥公益平台作用 践行慈善公益

4 思利及人助学圆梦项目—2014级雅安圆梦班开班

“思利及人助学圆梦项目—2014级雅安圆梦班”，是思利及人公益基金会汇聚李锦记健康产品集团、无限极（中国）及全体员工及经销商为援助2013年4月四川雅安地震灾区无私捐助的仁爱之心，让灾区的贫困少年圆读书梦、学专业技能，获得自立而专设的项目。2013年第一批25名从雅安灾区甄选的学子已顺利入学。2014年9月，第二批来自雅安灾区的25名贫困学子也顺利入读雅安职业技术学院，完成三年的专业技能学习。



支援云南鲁甸地震灾区

8月3日16时30分，云南省昭通市鲁甸县发生6.5级地震。公司实时关注灾区情况，第一时间启动了灾区紧急援助机制，同时保持与受灾地区分公司的密切联系，并了解到当地业务人员及员工均未在此次地震灾害中遭受损伤。

8月5日，经管理层决定，李锦记健康产品集团通过思利及人公益基金会捐资120万元人民币支援云南鲁甸地震灾区的灾后重建，计划在当地开设思利及人助学圆梦项目资助当地学生完成学业。

社区责任篇

发挥公益平台作用 践行慈善公益

支持公安民警健康促进项目

10月17日，李锦记健康产品集团联合无限极（中国）通过思利及人公益基金会向中国公安民警英烈基金会捐赠设立“无限极公安民警健康促进基金”仪式在北京公安部举行。

李锦记健康产品集团于2014年通过思利及人公益基金会与中国公安民警英烈基金会签订公安民警健康促进项目合作框架协议和捐款协议，2015至2019年思利及人公益基金会将向中国公安民警英烈基金会捐赠“无限极公安民警健康促进基金”3,500万元人民币，用于开展全国公安民警的健康促进工作和关爱公安民警健康的有关活动。2011至2015年，李锦记健康产品集团及其成员无限极（中国）已捐赠2,500万元人民币用于该项目。按照框架协议，企业将在该项目投入累计1亿元人民币。

全国公安机关和广大公安民警忠实践行宪法和法律赋予的神圣职责，日夜坚守在维护国家和社会稳定的第一线，为维护社会大局稳定、促进社会公平正义、保障人民安居乐业，做出了突出贡献。改革开放以来，全国有1万多名民警英勇牺牲，16万多名民警光荣负伤。同时，广大民警面临着紧张的工作压力和高度的职业风险，身心十分疲惫，许多处于亚健康状态，公安队伍的健康状况令人担忧。

“无限极公安民警健康促进基金”的设立，不仅会进一步激励广大民警以更加强健的体魄、更加旺盛的精力全身心地投入到公安事业中去，也将推动全社会给予公安民警更多的关心和爱护。



积极开展扶贫助弱项目

1 助力粤皖中学教师聚首“爱心助教”

7月21日，由思利及人公益基金会联合无限极（中国）共同举办的安徽暑期教师培训班正式启动。在为期五天的活动中，来自安徽岳西县河图中心学校的校领导、班主任及一线教师一行15人，与新会李文达中学、新会实验小学的优秀教师们进行了丰富多彩的教学沟通交流活动，旨在提升岳西县当地的教学水平。



社区责任篇

发挥公益平台作用 践行慈善公益

2 资助云南康平镇曼老街村饮水管网改造项目

为了解决村民饮水困难问题，提升云南贫困地区的生活品质，无限极（中国）及云南分公司共同向基金会捐赠87,700元人民币，用于帮助当地村民和家畜改造饮水的管道，让村民取水、用水更方便。

3 思利及人公益基金会携手南方网“让爱重扬”

9月27日，第一届“关爱长者 情暖广州”重阳节大型公益活动在暨南大学邵逸夫体育馆拉开帷幕。在活动中，广东省超过500位的无限极经销商自发筹集善款并通过思利及人公益基金会向广州市五百户孤寡老人捐赠18万元用于购买大米、食油、风扇等生活必需品，同时赠送价值11.45万元的沐浴露、洗发水和牙膏等无限极产品。



社区责任篇

发挥公益平台作用 践行慈善公益

4 帮扶助养福建SOS儿童村孤儿

2014年开始，无限极（中国）福建分公司分别在5月和8月举办了“关爱儿童手牵手 走进SOS儿童村”活动，持续探访和关心孩子们，并捐赠了包括自行车、电视机、冰柜等在内的急需生活用品，以保障孩子们舒适、愉快的生活环境。在8月6日的探访活动中，福建分公司经销商代表纷纷提出助养儿童村孩子的建议。在福建经销商的爱心推动下，福建分公司在9月开展“大爱无疆 捐资助养”公益募捐活动，募得助养活动的首期善款10.5万元人民币。

10月11日，无限极（中国）福建分公司联合思利及人公益基金会举办的“助养莆田SOS儿童村爱心活动”正式启动。在当天的启动仪式上，无限极福建分公司与莆田SOS儿童村签订了助养协议，并透过基金会捐出首期善款10.5万元人民币，用于帮扶助养儿童村内的35名孤儿。



5 向新疆克州阿图什市阿扎克乡提坚村小学捐赠电脑设备

9月16日，无限极（中国）透过思利及人公益基金会，为新疆克州阿图什市提坚村小学购买了36台电脑、18台电脑桌，将小学的电教室摆得满满当当，帮助新疆贫困地区的孩子们增长知识，开阔眼界，了解外面的世界。

为了激发学生的学习积极性，无限极（中国）新疆分公司经销商还为乡里阿扎克中学、麦玉中学设立“思利及人”奖学金3万元，连续三年奖励15名品学兼优的学生。



社区责任篇

发挥公益平台作用 践行慈善公益

6 向浙江板桥畲族乡无限极海联小学捐赠物资

10月28日,无限极(中国)透过思利及人公益基金会向浙江松阳县板桥畲族乡无限极海联小学捐赠了电脑、储物柜、学生床等学习生活设施,还有各种书籍和文体用品,让孩子们的教学和宿舍来了一次大变身。项目由无限极(中国)浙江分公司筹备,通过市场募集与无限极(中国)拨付,共投入善款15万元。



7 海联小学捐资改造计划

11月,无限极(中国)广东分公司关怀小组的员工再次来到惠东水美无限极海联小学进行爱心探访,并透过思利及人公益基金会向学校捐赠了3.8万元,帮助学校改善校舍条件,为学校里的孩子们提供一个安全、舒适的学习和生活环境。

8 资助甘肃定西市贫困地区贫困学生

12月2日,思利及人公益基金会以及无限极(中国)共同发起的“无限星空 大爱助学”公益活动正式启动。思利及人公益基金会及无限极(中国)员工代表来到定西市花园村,为村里的32名贫困学生捐赠助学善款和物资,让孩子们能够继续学业、更好地成长。

同时,在活动现场,无限极经销商与花园村的120名中小学生学习结成一对一的帮扶关系,资助每名学生500元,并将长期关注他们的学业和生活情况,尽己所能,共同关爱花园村的孩子们。



社区责任篇

发挥公益平台作用 践行慈善公益

9 在蒙举办“抱一抱、添棉衣、推开窗”大型公益活动

12月1日,思利及人公益基金会联合《呼和浩特晚报》举办的“抱一抱、添棉衣、推开窗”大型公益活动在内蒙古农业大学举行。本次爱心行动通过市场募集与无限极(中国)拨付,共筹集了16.9万元善款,用于购买483个爱心包裹,在活动当天全部捐赠到内蒙古的贫困大学生手中。



10 在河南举行“快乐儿童之家——关爱留守儿童”公益活动

12月17日,思利及人公益基金会联合无限极(中国)在登封市颍阳镇李庄小学举办了“快乐儿童之家——关爱留守儿童”公益活动。通过此次活动的帮助,李庄学校修葺了校舍,购置了电脑、电视、课桌椅、书籍等物资,极大改善了学校的硬件设施。

同时,在活动现场,无限极经销商与来自贫困家庭的20名农民工子女结成了一对一的帮扶关系,为每人资助3,300元人民币,并将长期关注他们的学业和生活情况,尽己所能,共同关爱这些孩子。



社区责任篇

发挥公益平台作用 践行慈善公益

11 捐资吉林中学生公益活动

为改善吉林市昌邑区漂洋实验学校及吉林市第十八中学贫困学生的生活条件，帮助学生们圆满顺利地完成学业。12月19日，无限极（中国）和吉林业务市场共同透过思利及人公益基金会捐出助学善款12万元人民币。



12 在四川举办“帮困助学 爱在涪城”公益活动

12月19日，思利及人公益基金会联合无限极（中国）向当地240个贫困家庭和66名贫困学生捐赠了一批过冬物资，帮助绵阳市涪城区南山街道辖区的低保户、孤寡老人过一个温暖的冬天，让杨家乡小学的贫困学生能安心学习，快乐成长。



13 在贵州举办“无限爱心 携手红星”公益活动

12月25日，思利及人公益基金会联合无限极（中国）共同举办的“无限爱心 携手红星”公益活动在贵州省龙里县红星小学举行。这次活动为红星小学师生捐赠了一批电脑和文具物资，同时，在活动现场，无限极经销商与3名贫困学生结成了一对一的帮扶关系，资助每人500元，并将长期关注他们的学业和生活情况，为孩子们提供学习和生活方面的援助，帮助学校改善教学条件，让孩子们无忧无虑学习，健康快乐成长。



社区责任篇

发挥公益平台作用 践行慈善公益

14 在北京捐资设立“宏志无限极中草药研究室”

12月30日，无限极（中国）透过思利及人公益基金会向北京宏志中学捐赠了价值10万元人民币的研究室设备，设立“宏志无限极中草药研究室”。同时，为培养学生成为中医药后备人才提供完备的教学条件，通过业务市场募集，成立“无限极杏林春暖助学金”，帮助解决学生们的生活困难，让孩子们顺利地完学业，更好地成长。



15 在湖南举办“爱心无限 温暖社区特困家庭”公益活动

12月29日，由思利及人公益基金会以及无限极（中国）共同发起的“爱心无限 温暖社区特困家庭”公益活动正式启动。本次爱心活动筹集无限极业务伙伴和无限极（中国）爱心捐款共计12万元人民币，用于购买爱心礼包，并与15户特困家庭结成了一对一的帮扶关系，为湖南省天心区金盆岭低保户、孤寡老人、残疾人等弱势群体送去关怀，帮助他们解决生活难题。



社区责任篇

发挥公益平台作用 践行慈善公益

汇聚爱心力量 持续传递温暖

1 业务伙伴爱心捐款（基金会收到万元及以上捐款的业务伙伴名单，排名不分先后）：

活动中捐款1万元人民币以上的业务伙伴如下（排名不分先后）：

序号	姓名	金额 (单位：元)
1	杨海英、黄守金	100,000
2	刘洪武、苗青	30,000
3	李宝琴	20,000
4	李芹	10,000
5	曾荣	10,000
6	臧振功	10,000
7	李先芳	10,000
8	白银花	10,000
9	陈爱武	10,000



杨海英、黄守金一家捐赠10万元爱心款项

社区责任篇

发挥公益平台作用 践行慈善公益

2 2013“新星启航”活动的换购金额捐赠予思利及人公益基金会

6月25日，2013“新星启航”活动换购金额捐赠仪式在北京举行，无限极（中国）在现场将善款28.8万元捐赠给思利及人公益基金会。

活动以关联营销的方式将业务拓展与公益捐赠进行有效对接，让社会公益融入在业务伙伴走进无限极事业的开始时刻，带动业务伙伴一起参与履行企业社会责任活动。



社区责任篇

关注弱势群体 奉献一片爱心

李锦记健康产品集团

1 “爱我就抱抱我”探访活动持续开展

8月16日，公司义工们再次探访广州市社会（儿童）福利院的小朋友们。“爱我就抱抱我”儿童福利院探访活动已持续开展五年，除了日常给孩子们送去爱的拥抱，还会在节日里组织孩子们走出户外，让他们感受到普通家庭孩子一样的童年幸福。活动不仅为需要关注的儿童送去家庭的温暖，还打造了一个员工参与的公益平台，提升员工的社会责任意识。

2014年全年，“爱我就抱抱我”活动共举办了4次探访，志愿者参与人数达78人次，志愿者共服务238小时。



社区责任篇

关注弱势群体 奉献一片爱心

2 参与李锦记环球义工队活动

李锦记以“凝聚力量，奉献爱心”为宗旨，在2013年3月集结了全球各地的李锦记集团义工，成立了李锦记环球义工队，李锦记健康产品集团也积极参与其中。

• 无限极（中国）开展环球捐血活动

无限极（中国）于11月13日在无限极中心接力举办“李锦记环球义工队——环球捐血”活动，共有46位员工及员工家属参与采血，合计献出12,600ml血液。

希望透过员工的践行可以带动更多的力量积极参与慈善公益活动，为环球捐血活动增添多一份力量。



3 “这个冬天不寒冷”员工衣物捐赠活动

1月7日，公司组织、开展了衣物捐赠活动，号召员工自发参与，奉献爱心。活动中共收集到近千件御寒衣物，这些衣物将改善北京偏远山区中贫困居民生活物资严重匮乏的现状，让更多的人得到来自社会的帮助。



社区责任篇

关注弱势群体 奉献一片爱心

无限极（中国）

1 连续六年支持中华慈善总会“慈善情暖万家”活动

12月，无限极继续支持中华慈善总会“慈善情暖万家”活动，捐赠20万元人民币为辽宁地区贫困户送去温暖和慰问。

2 捐助自闭症儿童教育培训服务机构

无限极研发中心健康食品与研发支持部门与广州市海珠区太阳花儿童潜能开发中心形成固定支持单位，这是一家专门为自闭症儿童提供教育培训服务的机构。

“六一”儿童节，带着200个书包和满满的爱心，无限极员工走近自闭症儿童，了解他们的世界，用爱点亮希望。



3 探访社会（儿童）福利院

9月4日，无限极（中国）举行了主题为“大手牵小手，让爱与笑团圆”的义工行动，组织员工探访江门市新会区社会（儿童）福利院，为福利院的孩子们带来节日温暖，极具意义。公司希望透过这个活动，让孩子们感受到来自社会大家庭的爱，让我们发扬“思利及人”的优秀企业文化和助人为乐的精神。



社区责任篇

关注弱势群体 奉献一片爱心



4 无限极（中国）甘肃分公司成为兰州首家“爱心驿站”授牌点

3月，无限极（中国）甘肃分公司率先设立环卫工人“爱心驿站”，成为兰州首个“爱心驿站”授牌点。



5 惠州惠东水美无限极海联小学十周年庆典

11月24日，惠州市惠东县安墩镇水美无限极海联小学欢庆建校十周年之际，无限极（中国）广东分公司的行政员工以及无限极惠州的经销商组成的关怀小组向山区孩子送去书包、运动装、电脑设备及6万元助教款等，持续为孩子们送去关爱与温暖。



6 无限极（中国）宁夏分公司响应银川电视台“冬暖行动”

12月24日，无限极（中国）宁夏分公司响应银川市广播电视台《直播银川》栏目发起的“冬暖行动”，来到兴庆区二十八小学，探访这里的贫困学生，并为孩子们带去新年礼物，圆孩子们新年的愿望。



社区责任篇

关注弱势群体 奉献一片爱心

无限极（香港）

1 复活节探访护老院

4月16日，无限极（香港）连同数名业务伙伴及客户一同前往乐富探访护老院。活动当天，无限极向护老院的长者们交流健康理念，带领大家做双手操，分享养生之道并送上精美茶点，活动现场欢乐融洽。无限极（香港）通过简单易行的爱心活动带动员工、业务伙伴等利益相关方回馈社会，共同践行社会责任。



2 赞助“世界关怀哮喘同乐日”活动

5月6日，“世界关怀哮喘同乐日”活动在香港尖沙咀文化中心露天广场举行，吸引超过800人参与。无限极（香港）对于“世界关怀哮喘同乐日”的积极关注和推动体现了企业重视社区，履行企业社会责任承诺。



社区责任篇

关注弱势群体 奉献一片爱心

3 中秋义工活动

8月31日，无限极（香港）团队共13人参与由香港影视明星体育协会每年一度举办的“中秋心意传达2014”探访独居长者公益活动。在中秋人月团圆佳节里，身体力行探访石硤尾村及白田村的共50多位独居长者们，并给长者派送“心意礼物包”，陪同他们共同过节，令他们同时感受节日的喜悦与社会的关怀。



无限极（台湾）

1 无限极（台湾）参加义卖活动

无限极（台湾）积极参与社区义卖活动，践行社会责任。



社区责任篇

关注弱势群体 奉献一片爱心

2 参与捐血活动

3月21日，无限极（台湾）响应台湾地区医院血荒，参加捐血活动。



3 爱心慈善游园会

4月27日，无限极（台湾）参加在桃园市政府前广场举行的桃园市政府以及护国宫爱心慈善游园会活动。



无限极（马来西亚）

参与捐血活动

6月和12月，无限极（马来西亚）举办了两次捐血活动。经过前期的筹备和宣传，两次活动吸引200多人到达活动现场，并成功捐血128袋，捐献的血液包数量超过预计所需，为社区营造守望相助、互爱互信的氛围。



社区责任篇

支持社区健康发展 共建美好家园

“送教育 送健康”社区禁毒图书角活动

2014年，“送教育 送健康”无限极社区禁毒图书角活动相继在云南腾冲、安徽合肥、河北石家庄、山西大同、广西桂林等地共31个社区展开。截止至2014年底，无限极在全国捐建的社区禁毒图书角总数达到251个。

社区禁毒图书角活动为不断提高居民的健康意识、推动社区禁毒教育宣传和发扬中华养生文化提供了保障。



社区责任篇

支持社区健康发展 共建美好家园



健康快车系列活动

8月3日，“健康快车2014音乐送光明慈善演唱会”在京举行，有20多位国家部级领导参加演出，为慈善放声高歌。

李锦记健康产品集团作为健康快车的支持者与协助者，持续十一年支持健康快车扶贫治盲公益事业，积极履行社会责任的义举得到公安部、商务部、国家卫生和计划生育委员会等国家政府部门和社会各界的一致好评。2014年，公司继续支持健康快车慈善事业，除支持参与“2014音乐送光明慈善演唱会”外，还参与“健康快车自驾车光明行”筹款、2014年亲子探访团等活动。

关注公共利益 促进企业发展

积极参加知识产权交流活动

6月5日，中国专利保护协会主办的“2014中国企业知识产权战略论坛”在北京召开，李锦记健康产品集团作为协会理事单位应邀出席。国家知识产权局、国务院法制办、最高人民法院相关领导围绕“深化知识产权战略实施，加强知识产权运用和保护”、“企业专利运用的途径与策略”和“企业专利保护的策略及运用”等主题与参会企业进行深入探讨。

社区责任篇

社会认可

李惠森先生荣获“2014年中国禁毒爱心人士”荣誉称号

6月19日，李锦记健康产品集团主席兼行政总裁、无限极（中国）有限公司董事长李惠森先生在“6·26”国际禁毒日特别节目《禁毒之战2014》的晚会录制现场，获国家禁毒委员会、中国禁毒基金会授予的“2014年中国禁毒爱心人士”荣誉称号。



思利及人助学圆梦项目

入选《2014中国外商投资企业履行社会责任优秀案例》

12月5日，由中国外商投资企业协会和《WTO经济导刊》合作编写的《2014中国外商投资企业履行社会责任优秀案例》在北京举行发布会。“思利及人助学圆梦项目”因为专业化的运作和创新的特色荣获“社区好邻居”奖项认可。

“思利及人助学圆梦项目”通过结合企业在健康领域的专业优势，不仅为受助者提供学习的机会，更重要的是在他们的学习生活中融入中华核心价值观文化和健康理念课程，让中华优秀传统文化的传承成为这个项目的一大亮色。



2013年度义工服务组织奖

4月23日，无限极（中国）在由广州市社会福利院举办的“2013年度义工服务总结表彰”大会上连续四年蝉联“义工服务组织奖”。同时，表现突出的两位无限极义工荣获“个人优秀义工奖”。



展望2015

展望2015年，无限极将企业社会责任作为关键策略和行动，在战略层面推行企业社会责任工作：大力开展教育普及，提升员工和合作伙伴对企业社会责任的认知；加大公益项目的投入，促进社会的和谐进步；把CSR融入和落实到各业务单元中，致力成为履行社会责任的优秀企业。

◆ 践行“四合理” 推广健康理念

持续推行“四合理”，用简单易行的行动指引具体践行健康理念，帮助大众树立健康观念，培养健康的生活习惯。

◆ 搭建全球教育体系 提升责任认知

搭建一套独特且有效提升CSR认知的全球教育体系。通过理论的普及、案例的分享、具体的实践、互相的交流，形成无限极CSR“学做教”全方位的教育体系，让CSR知识随手可得，让CSR人人皆为。



◆ 依托创新的公益模式 加快公益项目的开展

“思利及人助学圆梦项目”通过创新的公益模式，聚集各方力量，为品学兼优的贫困青少年提供学习技能的机会，体现“授人以渔”的慈善观念。2015年，计划在湖南、江苏、山东、内蒙古四个省开设助学圆梦班，每个班级计划资助30-60名学生。除此之外，还将根据社会需求，在全国开展10个不同主题的公益活动。

◆ 充分利用数码科技 创新传播与分享渠道

利用数码科技及移动互联网，开发创新的产品，开通CSR的新媒体传播平台，丰富责任沟通的形式，提升传播效率。

2014年 无限极发展大事记

2月

2月21日，无限极（中国）客服中心正式通过4PS国际标准认证

3月

3月21日，李锦记健康产品集团蝉联“杰出企业社会责任奖”

3月21日，李锦记健康产品集团被授予“企业社会责任大使”标志

3月31日，无限极荣获广东省“大型骨干企业”荣誉

4月

4月16-18日，无限极“茶萃溯源之旅”走进福建安溪

4月23日，无限极（中国）荣获“2013年度义工服务组织奖”

4月23日，2014年首个无限极“送教育、送健康”社区禁毒图书角启动仪式举行，无限极2014年在中国多个省市捐建的社区禁毒图书角数量达50个

4月29日，无限极“中草药多糖筛选”等科技成果顺利通过鉴定

5月

5月12日，无限极（中国）获得指定国产非特殊用途化妆品备案检验机构资格

5月14日，庆祝增健口服液上市20周年，无限极启用了全新的产品品牌传播口号“调养根本 免疫增健”

6月

6月，李锦记健康产品集团主席兼行政总裁、无限极（中国）有限公司董事长李惠森先生获得“2014年中国禁毒爱心人士”称号

6月6日，无限极（中国）荣获“2013年度中国轻工业专项能力百强企业”、“2013年度中国轻工业研发创新先进企业”和“2013年度化妆品行业十强企业”三项重要荣誉

6月7日，“无限极2014世界行走日（中国）活动”的首站走进上海。2014年，无限极世界行走日（中国）活动相继在全国12个城市举办，同时还推出了养生行走日及小型行走日活动

6月25日，“无限极”品牌荣获2014年度《中国500最具价值品牌》荣誉，品牌价值达368.89亿元人民币，排名第46位

7月

7月11日，2014无限极中草药产业化论坛在广州举行

8月

8月5日，李锦记健康产品集团透过思利及人公益基金会捐资120万人民币支援云南鲁甸地震灾区

8月14-18日，无限极连续第六年参加第十三届“国际现代化中医药与健康产品展览会暨会议”

8月14日，“日行万步 健康走起”无限极日行万步启动仪式以及“无限极·中医药免疫高峰论坛”在香港举行

8月29日，无限极“增健20周年品质探寻之旅”走进浙江龙泉

9月

9月12日，无限极（中国）荣获“中国香料香精化妆品行业领军企业奖”和“中国香料香精化妆品工业协会法规事务优秀工作团队奖”

9月26日，无限极（中国）通过思利及人公益基金会捐赠设立的“思利及人助学圆梦项目之河北护理班”开班仪式在河北省女子职业技术学院举行。2014年，无限极继续推进“思利及人助学圆梦项目”，先后在河北石家庄、湖北武汉、四川雅安捐资设立3个“2014级思利及人助学圆梦班”

10月

10月16日，无限极营口生产基地举行竣工仪式并正式投产

10月17日，李锦记健康产品集团通过思利及人公益基金会向中国公安民警英烈基金会捐赠成立“无限极公安民警健康促进基金”仪式在北京举行

10月18日，无限极（中国）荣获“中国食品安全百家诚信示范企业”称号

10月30日，无限极（中国）荣获“供应商质量管理示范单位”称号

11月

11月7日，无限极（中国）在印度新德里获颁“2014WIAL医疗保健行业行动学习奖”

11月20日，无限极（中国）荣获“2014中国好雇主优秀企业奖”

12月

12月3日，无限极（中国）荣获“金蜜蜂2014优秀企业社会责任报告·长青奖”

12月5日，无限极（中国）获颁“员工好雇主”和“社区好邻居”奖项

12月13日，无限极（中国）荣获“中国企业文化影响力十强”称号，李锦记健康产品集团主席兼行政总裁、无限极（中国）有限公司董事长李惠森先生荣获“中国企业文化领军人物”称号

12月15日，无限极营口生产基地技术中心的揭幕仪式在辽宁省营口市举行

12月19日，无限极（中国）荣获2014“第一财经·中国企业社会责任榜杰出企业奖”

12月21日，无限极（中国）荣获“2014年度中国最佳雇主”奖，李锦记健康产品集团主席兼行政总裁、无限极（中国）有限公司董事长李惠森先生荣获“2014年度中国最具社会责任企业家”奖

企业社会责任报告

报告GRI对标

说明：● 充分披露 ○ 部分披露

	GRI指标内容	在报告中的位置 (报告目录)	披露程度
1 战略与分析	1.1 机构最高决策者就可持续发展与机构及其战略关系的声明	P2	●
	1.2 主要影响、风险及机遇的描述	P2、P35、P56、P69、P89、P107、P116	●
2 机构简介	2.1 机构名称	P7	●
	2.2 主要品牌、产品（或服务）	P6-7、P14	●
	2.3 机构的营运架构，包括主要部门、营运公司、附属及合营机构	P7、P18	○
	2.4 机构总部的地点	P6-7、P18	●
	2.5 机构在多少个国家营运，在哪些国家有主要业务，哪些国家与报告所述的可持续发展事宜特别相关	P6-7	○
	2.6 所有权的性质及法律形式	P6	●
	2.7 机构所供应的市场（包括地区细分、所供应的行业、客户受惠者的类型）	P6-7、P18	●
	2.8 汇报机构的规模	P6-7	●
	2.10 汇报期内所获得的奖项	P10、P14、P15-17、P32-34、P55、P63-68、P86-88、P106、P115、P140	●
	3.1 资讯汇报期（如财政年度/公历年）	P3-4	●
3 报告规范	3.2 上一份报告的日期（如果有的话）	P3-4	●
	3.3 汇报周期（如每年、每两年一次）	P3-4	●
	3.4 查询报告或报告内容的联络点	P3-4	●

报告GRI对标

说明：● 充分披露 ○ 部分披露

	GRI指标内容	在报告中的位置 (报告目录)	披露程度
3 报告规范	3.5 界定报告内容的过程	P3-4	●
	3.6 报告的界限（如国家、部门、附属机构、租用设施、合营机构、供应商）	P3-4	●
	3.7 指出有关报告范围及界限的限制	P3-4	●
	3.8 根据什么基础，汇报合营机构、附属机构、租用设施、国外采购业务及其它可能严重影响不同汇报期及（或）不同机构间可比性的实体	P3-4	●
	3.9 资料量度技巧及计算基准，包括用以编制指标及其它资讯的各种估计所依据的假设及技巧	P3-4	●
	3.10 解释重估旧报告所载信息的结果及原因（例如合并/收购、基准年份/年期有变、业务性质、计算方法）	P3-4	●
	3.11 报告的范围、界限及所有计算方法与以往报告的重大分别	P3-4	●
	3.12 列表各类标准披露在报告中的位置	P	●
	4.1 机构的管治架构	P7、P18	○
	4.8 机构内部制定的使命或价值观、行为守则及关于经济、环境及社会绩效的原则，及其实施现状	P20-34	●
	4.9 最高管治机构对汇报机构如何确定和管理经济、环境及社会绩效（包括相关的风险、机遇），以及对机构是否遵守国际公认的标准、道德守则及原则的监督程式	P20-34	●
	4.10 评估最高管治机关本身绩效的程式，特别是有关经济、环境及社会绩效	P20-23、P35-140	●
4 管治、承诺及参与度	4.11 解释机构有否及如何按谨慎方针或原则行事	P19-32、P35、P56、P69、P89、P107、P116	●
	4.12 机构对外界发起经济、环境及社会约章、原则或其他倡议的参与或支持	P25-26、P28-30、P39、P112、P117、P138、P139	●
	4.13 机构加入的一些协会（如业界联合会）及（或）全国/国际倡议组织	P28-30、P38、P53-54、P55	●

报告GRI对标

说明：● 充分披露 ○ 部分披露

	GRI指标内容	在报告中的位置 (报告目录)	披露程度
4 管治、 承诺及 参与度	4.14 机构引入的利益相关者群体清单	P23	●
	4.15 界定及挑选要引入的利益相关者的根据	P23	●
	4.16 引入利益相关者的方针, 包括按不同形式及组别引入利益相关者的频密程度	P23	●
	4.17 利益相关者参与的过程中提出的主要项目及关注点, 以及机构如何回应, 包括以报告的回应	P23	●
5 经济	EC1 创造和分配的直接经济价值, 包括总收入、利润、营运成本、员工薪酬、捐助其他社会投资、留存收益、向政府和资本提供者支付的资金	P7、P14、 P70-71、P118	○
	EC3 机构固定福利计划的覆盖范围	P70-71、P82-84	●
	EC6 在主要经营场所对从当地供应商采购的政策、制度和比例	P59、P103	○
	EC8 通过商业活动、提供实物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	P37-41、P44-45、 P51-55、P82、 P117-140	●
6 环境	EC9 对其重大经济影响的理解与说明, 包括该影响的程度或范围	P2、P35、P56、 P69、P89、 P107、P116	●
	EN1 按重量或体积细分的原料总用量	P108、P111	○
	EN5 通过采取节能措施和提高利用效率而节省的能源	P111	●
	EN6 为运用节能或可再生能源的产品或服务所进行的倡议活动, 以及由于这些活动带来的能源需求减少量	P108-110	●
7 社会劳工 措施和合 理工作	EN7 减少间接能源耗用的措施, 以及措施所取得的成效	P111-113	●
	LA1 按雇用类型、雇用合同及地区划分的员工总数	P70	●
	LA2 按年龄组别、性别及地区划分的员工流失总量和比例	P70	●
	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	P36-54、P72-77、 P97-98、P122、 P138-139	●

报告GRI对标

说明：● 充分披露 ○ 部分披露

	GRI指标内容	在报告中的位置 (报告目录)	披露程度
7 社会劳工 措施和合 理工作	LA10 根据员工类别划分, 每位员工每年接受培训的平均时数	P70	●
	LA11 支持员工提高继续受聘能力, 以及帮助员工处理好离职事宜的技能管理和终生学习计划	P75、P82	●
10 产品 责任	PR1 为改良而评估产品及服务在其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和服务类别的比例	P57、P59、 P64、P67-68	○
	PR5 有关的措施, 包括客户满意度的调查结果	P89-106	○
	PR6 为符合与市场沟通(包括广告、推销和赞助)相关的法律、标准和自愿性守则而开展的措施	P89-96	●

(注:未披露及不适合的指标项未在此处列出)

企业社会责任报告

责任领航 新常态下的无限极发展核心

——评《无限极2014年度企业社会责任报告》

2014年，“新常态”成为中国经济、社会发展的重要特征，并将持续相当一段时期。新常态下的中国经济发展将从高速放转向中高速，但发展质量将得到不断优化，发展驱动力由投资向创新转变。与此同时，移动互联时代的全面到来，对企业的营销方式、与利益相关方的沟通模式等都带来了革命性的变化。新常态下的企业发展充满变数，也充满机遇。如何适应新常态，如何借力信息技术实现转型升级，不同的企业都有不同的答案。在《无限极2014年度企业社会责任报告》中，我们也看到了无限极的回答——“面对变化，我们始终要做到的是站在社会的整体立场上，思考如何做一些有利于我们大家的好事情，并全力做好它”。

无限极（中国）有限公司自1992年成立，走过了22年时光，连续8年发布了社会责任报告，而我也第七年为报告撰写点评，算是无限极的老朋友了。作为无限极发展的见证者，我很高兴地看到无限极在市场规模、平台建设、品牌形象等方面取得了创新突破和跨越发展，保持了稳健的发展势头，成功完成第三个五年发展计划，并稳步向第四个五年计划迈进。更让我感到敬佩的是，无限极在发展过程中，始终以“责任”为纽带，坚信承担社会责任是企业基业长青的基础，并将责任贯穿于企业管理和运营的方方面面。在无限极，社会责任不仅仅是只为提升企业形象，而且成为企业经营发展的根本策略，引领无限极在发展快车道上平稳向前。

深刻认识社会责任对公司发展的价值和意义，坚定不移地履行社会责任。当很多企业认为社会责任对企业而言只是“面子工程”时，纠结于要不要履行社会责任时，无限极已挖掘并认可了社会责任的价值。“首先是放大镜的作用，透过对利益相关方的影响作为线索，让员工发现工作的全部意义，让工作一下子变得有意思”，“企业社会责任要求企业站在生态圈的整体视角，将企业独特优势与社会热点问题相结合，找到企业发展的方向，成为企业制定战略的指南针，创造最大的社会价值。”这样的责任认知，让

无限极很早就确定了履行社会责任的态度，“企业社会责任必须做”，这是无限极社会责任之路的重要认知基础，无论对无限极自己还是对直销行业、甚至对中国企业社会责任的履行，无疑起到了重要的示范引领作用。

探索持续改进提升的社会责任之路，实现社会责任与公司运营的无缝衔接。对企业而言，认识到社会责任的价值，还需找到适合企业的社会责任推进路径和方法，推动社会责任落地，才能使企业真正实现责任发展、基业长青。无限极在“三五”期间，确定了社会责任战略，制定了完整的社会责任理论体系，发布社会责任承诺，编写了《无限极企业社会责任ABC》员工手册，成立思利及人公益基金会，推行创新的公益模式……。无限极社会责任之路，实现了从自发到自觉、从零散到系统、从责任报告到责任管理、从物理作用到化学作用的蜕变，实现社会责任与公司运营的自然衔接，使公司的发展之路真正成为责任之路，成就无限极的质量发展。

主动拥抱互联网，开始企业社会责任在移动互联时代的探索和发展转型。2014年，无限极将健康与移动互联融合，与合作伙伴共同开发一万步APP，成立“万步荟”，通过移动互联倡导大众从一天的行走变成天天行走，养成健康的习惯。在社会责任报告上，无限极专门发布了面向经销商的业务市场版本报告和海外英文版报告，满足利益相关方的不同需求，同时二维码印刷在纸质版报告中，让利益相关方在线上便捷地浏览报告。这些都是互联网思维的展现，是无限极在移动互联时代的发展探索。

无限极在“三五”期间，从企业价值本质出发，构建了与利益相关方和谐共生的生态圈，迈向企业与社会兼容并蓄的成长高峰。面对急剧转变的未来，面对公司的第四个五年计划，无限极已然做出了自己的思考和判断。“无须畏惧，因为在所有变化当中，仍然有一些不变的东西”，比如“作事惟思利及人”，比如“人类社会化需求的核心内容仍然是利他与合作”。我相信，无论未来如何变化，做好产品、服务好客户、与利益相关方携手共同发展等这些企业的核心价值和根本价值不会改变，基于此，我对无限极“四五”计划的美好未来充满信心。

愿在责任领航下的无限极，走向更加宽广、更加充满生机的发展之路，开展崭新的健康产业新时代！

于志宏

于志宏
《WTO经济导刊》杂志社社长/主编
贵扬天下（北京）管理顾问有限公司首席专家

