

# 责任意识是安利永恒的信仰

——访安利(中国)总裁黄德荫

□ 韩伟杰

## 让绿色产品踏进每个家庭

“从创立的第一天起，安利就把环保当做自己的天职，尊重自然、致力环保的优良传统一脉相承。”黄德荫说，环保是安利产品最大的特色之一，也是安利一直秉承的企业文化。在产品研制及生产过程中，安利融入环保理念，在打造企业“绿色全链条”的同时，更将绿色信息带入驻，让绿色足印踏进每个家庭。

50多年前，安利的第一款清洁用品就使用了可降解的原料。黄德荫告诉笔者，这在当时是非常超前的意识，并且安利把这种意识一直保持到了今天。如今，安利的多款产品都具有环保特性，还有19款产品被确定为“中国南(北)极考察队独家专用产品”。与此同时，安利也非常重视生产的环保性。在内部成立了环境管理领导小组，搭建了完善的组织架构，统筹管理、降低企业营运对环境的影响，仅2013年一年就实施212个清洁生产项目。凭借在环保方面的优秀实践，安利还荣获了中国环保领域最具权威的社会性奖项——“中华环境奖”。

“对环境的保护，维护人与自然、环境的和谐发展，是安利与生俱来的理念。”黄德荫介绍说，绿色环保是安利产品最大的特色之一。首先是原料天然。比如纽崔莱营养保健食品，纽崔莱产品自诞生之初就逐渐形成了“自然的精华，科学的精粹”的产品理念，这个理念伴随纽崔莱走过80年的历程。纽崔莱产品采用的核心成分都来自于采用无公害、无化肥、无污染的高科技种养技术的安利有机农场。其次，产品生产尽可能减少资源消耗，降低对环境的影响。就像安利的清洁用品都采用可以降解的有机配方。

## 互动参与，传播环保理念

2009年“世界环境日”之际，安利(中国)与中华环境保护基金会合作，以建设生态文明、普及环保知识、倡导绿色理念为核心内容，启动了环保嘉年华公益活动。作为全国首创的环保互动教育主题乐园，安利环保嘉年华融“互动式”环保体验与“知识型”嘉年华为一体，是环保教育的全新形式。

环保嘉年华以寓教于乐的方式普及环保知识，提高公民环保意识，打造都市绿色新时尚。活动本身不但解决了环保知识学习“化被动为主动”的难题，同时通过互动与体验实现了环保“知”与“行”的有机统一。目前，这个以环保教育内容为主题乐园，在全国70多个城市，吸引了超过200万人的参与。通过父母与孩子娱乐中的互动参与，“环保嘉年华”将环保的理念和知识传递到万千家庭，激活了人们心中的环保种子。

每个人心中都蕴藏着环保的种子，只要及时催化和激发，就能生根发芽。黄德荫说：“我们开展安利环保嘉年华，就是希望通过寓教于乐的形式来传播环保理念、普及环保知识，让孩子和家长共同在游戏当中、在快乐当中建立起环保意识，从而吸引更多的人关注、参与到环保事业中来，推动‘人人参与、人人行动’的环保氛围，为整个社会的可持续发展贡献一份力量。”

在“人人参与、人人行动”的环保氛围中，安利“环保嘉年华”将环保教育播撒在更多人的心中，引起广泛共鸣。通过寓教于乐的实践，安利“环保嘉年华”获得了世界自然基金会和中国社科院联合颁发的“最佳低碳公益案例”奖。

安利环保嘉年华也同样在山东落地生根，2010年5月这个活动首度登陆济南，截至2013年10月，全省共有16个地市相继开展了此项活动，吸引了超3万家庭，近30万公众的热情参与。

据了解，2014年，安利环保嘉年华将在山东省7个城市开展，首站计划于5月中下旬在东营市举办。除了将环保理念通过“环保嘉年华”的方式进行传播，安利志愿者还身体力行的践行着安利的环保理念。十几年来，在安利志愿者的精心培植下，一片片“安利林”抽枝展叶，为华夏大地带来绿荫；安利连续多年赞助、参与“地球第三极珠峰环保大行动”，安利的绿色足迹跨越南北两极，登临地球第三极……面对这些成绩，黄德荫谦虚地说：“安利的努力对于环保事业只是杯水车薪，个体的力量是微不足道的，只有每个企业、每个公民都行动起来，才能为我们的环境带来更为深远的影响与改变。”

## 把公益变成一种习惯

1995年安利在中国正式开业，安利的脚步一直在大步向前。如今，在总裁黄德荫的带领下，安利(中国)规范经营、

稳健成长，2013年销售额达到293亿元人民币，连续多年成为安利全球最大的市场。与此同时，黄德荫先生还大力推动公司积极履行社会责任、促进社会和谐发展。公司曾六次荣获民政部颁发的“中华慈善奖”，并于2011年成立了安利公益基金会。安利公益基金会是首家，也是迄今唯一一家民政部主管、拥有外资企业背景基金会。

“作为企业，社会责任与经济效益是相辅相成的关系，没有了经济效益，企业就无法生存、难以承担责任，而缺乏责任意识，经济效益也无法持续。”黄德荫说，在安利，公益已经变成一种习惯。“对于安利来说，我们的责任意识，不是来自某一层老板的命令，也不是在全球某一个地区特有。责任意识，是安利从创立之初，也是至今在全球贯彻的立场。我们的两位创办人都拥有非常传统的信仰，这种信仰就包括要拿出自己一定比例的财产来回馈社会。安利已经把这个家族传统，发展成为内在的企业文化。目前，安利在全球有100多个市场。不管哪个市场，不管这个市场是大还是小，每年都会固定的公益支出回馈社会。”

“公益的理念最动人，做永远比说更有效。”2011年5月，安利公司出资1亿人民币成立了安利公益基金会，这也是国内首家民政部直管的具有跨国企业背景的非公募基金。其中，“春苗营养计划”是安利公益基金会的重点项目，旨在帮助贫困地区儿童改善营养状况。“我们做公益的核心目标和方向始终都是不变的，就是一定要真正帮到有需要的人。”黄德荫说，在中国，“春苗营养计划”已经在广西、重庆、陕西等地农村贫困学校建立了1700所营养厨房，覆盖全国13个省区市的106个县，让近百万孩子吃上了营养健康的丰富伙食。

在安利的公益事业中，黄德荫不仅是积极的推动者，也是公益事业的热心参与者。“在安利工作30多年，除了担任社会职务，我也会参加一些公益项目，比如，国际青年成就组织开展的校园职业辅导活动，和年轻人分享一些职场经验。而我的太太，也在做一些救助先天疾病儿童的工作。通过自己的专长能够对社会的有所贡献，这是一件很愉快的事情。”

“做公益，反过来也是给企业的一种回报。”在采访中，黄德荫多次表示，自己最感动的就是看到公益活动中受帮助人的笑脸，“企业的付出，为孩子们的生活真正带来了改变和帮助。看见他们的开心和活泼的笑脸，你会获得一种很大的满足感。”



安利(中国)总裁黄德荫

黄金收藏选建行

# 感恩六十年

## 套装“建行金钞”限量发行



中国建设银行  
China Construction Bank

中国建设银行60周年纪念 限量发售

- 传承传统文化精髓，引领投资收藏市场新篇；
- 国家级工艺美术大师周令钊、姜伟杰联袂创作；
- 国际先进印钞造币工艺，999纯金打造，双面超薄压铸技术，一体成形。

客户服务热线：95533  
网址：www.ccb.com

