可持续发展报告

2024



提升健康和幸福感
让日常生活更美好

MAYOLY
Taking your care to heart



“提升健康与幸福感
让日常生活更美好”

目录

一、MAYOLY

简介和关键数字 08
我们致力于提升健康与幸福感 12
可持续的价值创造模式 16
富有使命感的领导团队 22

二、经理层及其他相关者:
未来四大议题

工业生产自主: 一项战略雄心 26
气候: 助力实现负责任工业生产转型的杠杆 30
普及健康与幸福感提升产品:
根植于我们DNA的承诺 31
新的社会性目标:
在变革世界中的企业家精神 32

三、我们的影响:
承诺与行动

对团队 38
对患者和消费者的可持续承诺 46
对地球 52



治理

1 在集团层面推行企业社会责任治理体系，发布首份年度路线图

团队

2 启动集团首次敬业度调查

3 我们的价值观在全球落地贯行



2024 关键一年!

2024 年是MAYOLY实现强劲增长与企业社会责任加速落地的一年。

回顾这一年发展中的 7 大标志性事件





创新

4 胃肠日活动跻身欧洲标杆性盛会

5 我们的药妆品牌特碧润®实现卓越增长

自主

6 3条新生产线投产

环保

7 我们的脱碳计划得到科学谈目标倡议组织的认可

*科学碳目标倡议



1

MAYOLY

集团概况与关键数据



Nicolas Giraud, 首席执行官

Mayoly是一家拥有百年历史的制药与工业生产集团，正着力打造负责任的增长模式，在消费者医疗健康、处方药及医学诊断领域提供多元化解决方案，为所有利益相关方创造价值。

从一开始，Mayoly的宗旨就决定集团要以负责任的方式，聚焦日常健康与幸福感相关的挑战。

Mayoly以其独立性与增长模式而与众不同，致力于通过发展自身业务成为全球消费者医疗健康领域的领导者。

“我们的核心理念与发展愿景清晰明确。我们的企业社会责任承诺是业务发展的强劲推动力，也塑造着Mayoly的未来面貌。”

Mayoly在21个国家拥有子公司，依托员工的专业知识与技能，将健康和幸福感解决方案推广至100多个国家和地区，每天帮助8000万消费者提升生活品质。

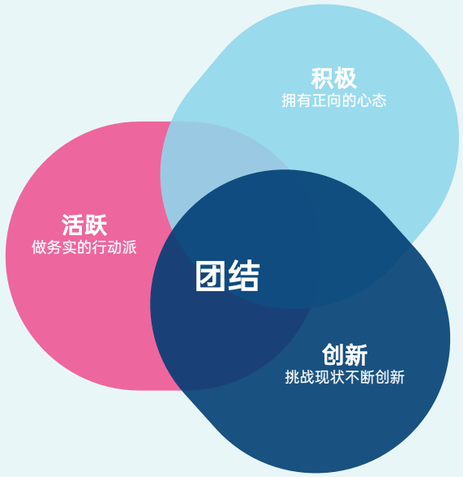
我们的宗旨

提升健康和幸福感，让日常生活更美好

我们的价值观

这一价值根基塑造了我们的企业文化，指引着我们的日常行动，也助力我们应对未来的各类挑战。

我们的 Mayoly 化学反应





达成目标 每日

我们不断地追求进步，寻求简化流程、优化协作并推动发展的解决方法。这种理念反映了我们过去的成功经验，也体现着我们对改善所有人日常生活的执着追求。

决策 负责任地

每一位员工的贡献都在塑造着Mayoly，正因如此，每一位员工都是Mayoly的核心力量。每天，我们组织各个层级的员工都积极行动，为社区、患者、消费者及客户创造价值。

支持 全方位地

支持与团结对我们至关重要，根植于我们的 DNA。我们倡导互助与创新，致力于打造一个充满雄心壮志的协作环境，让每个人都能贡献力量并获得成长。

道德与合规：集团治理与承诺的核心

Mayoly以坚实的道德准则为根基，这些准则既指引着集团的前行方向，助力铸就其良好声誉，也支撑着集团的文化与增长模式。我们期待集团管理层及全体员工均遵守并践行《道德准则》中的所有规定与原则，无论是反腐败、确保财务报告准确性，还是保护保密信息。

道德准则

信任

我们将信任置于与客户、患者、消费者、合作伙伴及员工的所有互动的核心。

尊重

我们尊重每一个个体的尊严，体察其独特需求，不因出身、年龄、性别、信仰或生活方式选择而区别对待。

透明

我们确保向客户、员工及合作伙伴清晰准确地描述我们的产品、服务及业务动态。

诚信

我们与所有利益相关方互动时，始终秉持最高诚信标准，我们的产品与服务就是我们的底气。

我们的业务

关键数字

+2200 员工
其中1100名在法国

+5%
2024 年增长

65%
全校销量占比

108
百万盒
2024年生产

85%
产自法国、销往全球

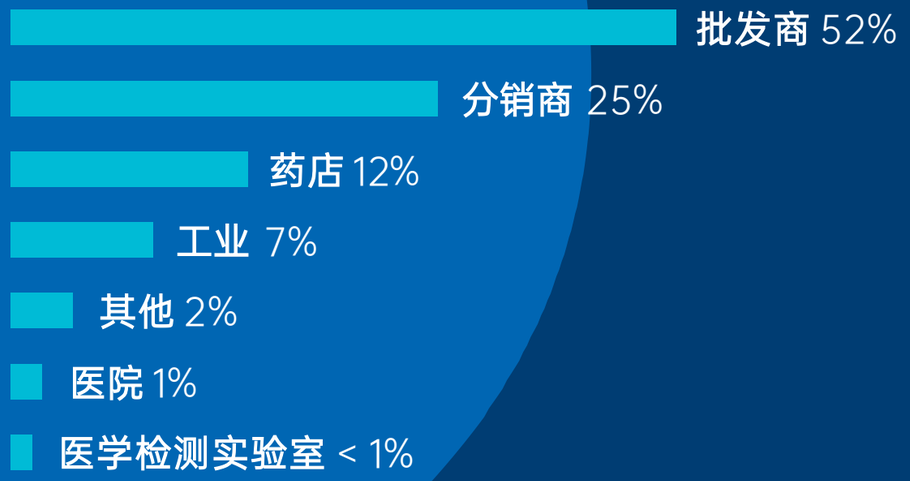
21
子公司

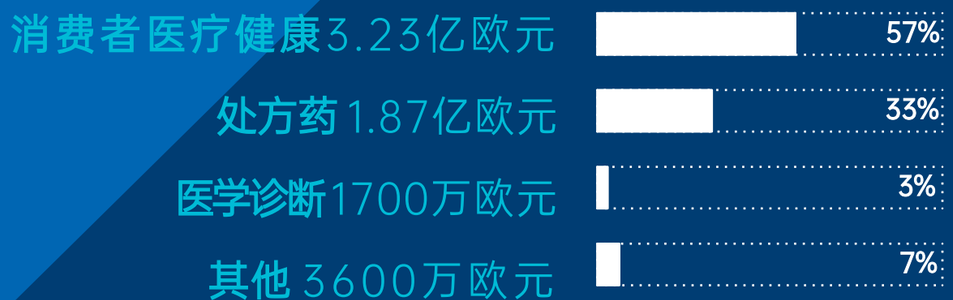
+100
产品在售国家

6
工业生产基地
其中5个在法国

5.8亿 欧元
2024年销售额

我们的客户





我们的业务
提升健康与幸福感



Emmanuel Paint, 全球销售执行副总裁

Mayoly通过其三大核心领域的业务积极提升员工健康和幸福感，确保公司的行动为所有利益相关方、整个生态系统及地球带来积极影响。

我们的专业实力在法国国内及国际市场均获得广泛认可。欧洲、中国、墨西哥、俄罗斯及东南亚地区是我们的主要市场，我们在这些战略市场拥有根基稳固、实力雄厚的实体机构，及可靠的合作伙伴网络。依托这样的全球布局，我们的影响力如今已辐射至全球 100 多个国家。

.

在全球提供
提升健康和幸福感的
解决方案和服务

消费者医疗健康产品

- 消化系统健康
- 药妆
- 膳食补充剂
- 认知功能

smecta
Probiolog
forlax
TANAKAN
TOPICREM

处方药

- 消化内科
- 认知功能

MeteoSpasmyl
EZICLEN
fortrans

医学诊断

- 幽门螺旋杆菌
- 医疗器械

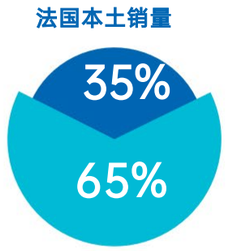
HELIKIT
kibion
Diabact
HeliCap

我们赋予子公司及各区域充分的自主权与责任，使其能足够敏捷地满足当地消费者、患者及医疗健康专业人士需求。同时，我们也与全球众多业务伙伴紧密合作。

.

我们的关键市场

集团 65% 的营收来自国际市场，尤其是欧洲、中国、墨西哥、俄罗斯及东南这亚五大关键市场。





Vincent Bercovici, 药妆业务执行副总裁

药妆产品在法国生产并持续增长

“药妆业务在 2024 年实现 19% 增长。我们的产品深受消费者信赖，这印证了我们策略的合理性，也彰显了我们凭借持续迭代满足市场期待的能力。特碧润系列所有产品均由我们位于达马里莱利斯的工厂及实验室研发，在这一过程中培育的专业技术实力广受国际认可。”



Roberto Nakahara, 全球市场营销执行副总裁

我们的产品方案以优秀的品质和疗效享誉全球

“无论在哪里开展业务，我们都通过行动切实改善患者的日常生活，让使用自我药疗产品与健康保健方案的人们能够提升日常生活质量；同时通过知识分享、培训与科普宣传等方式，为医疗健康专业人士提供支持。”

总部及工业生产基地

总部位于法国，六个工业生产基地中的五个位于法国

我们各生产基地凭借卓越运营获得广泛认可
多家已通过 ISO14001环境管理体系认证、
ISO45001职业健康安全管理体系认证、
ISO13485医疗器械质量管理体系认证及
ISO50001能源管理体系认证。



总部位于吕埃尔-马尔迈松
Rueil Malmaison (IDF - France)
350名员工



德勒 Dreux
300人 - 6300万盒/年



达马里莱利斯
Dammarie-les-Lys
药品
150人- 900万盒/年
面部和身体护理、清洁用品
50人 - 700万盒/年



利勒 L'Isle-sur-la-Sorgue
50人 - 3500吨/年



沙图 Chatou
52人 - 1600万盒/年



中国天津
50人 - 2800万盒/年



来自法国、全球运营：21 家子公司

阿尔及利亚
德国
比利时 （比荷卢）
白俄罗斯
中国
西班牙
法国
意大利
哈萨克斯坦
立陶宛
墨西哥
波兰
捷克
罗马尼亚
英国
俄罗斯
新加坡
斯洛伐克
突尼斯
乌克兰
越南

可持续的价值创造模式



我们的力量源泉

百年集团，始于1909年，始终秉持创始使命

- 提升健康和幸福感，让日常生活更美好；
- 改善员工和我们所有服务对象的生活质量；
- 助力我们业务所在地的经济社会发展及环保事业；
- 保持独立性，以确保我们始终坚持长远发展愿景。

深耕本土，立足全球

- 业务遍及21个国家，产品远销100多个国家；
- 优势品牌触达8000万患者与消费者；
- 所在市场规模预估达1700亿欧元。

员工敬业爱岗

- 在21个国家拥有2200名员工；
- 员工对公司满意度达8.7分（满分10分）
- 女性员工占比 63%，集团高层管理岗位女性员工占比41%

可持续、有担当

- 将道德诚信作为企业发展模式的核心
- 通过生态设计项目，降低我们产品对环境的影响；
- 2亿欧元年销售额，90%原材料采购自欧洲；
- 为超1.2万名医疗健康专业人士提供支持，与利益相关者构建
- 脱碳目标及路径于2024年被科学谈目标倡议组织所认可

风险管控是我们业务的核心要务

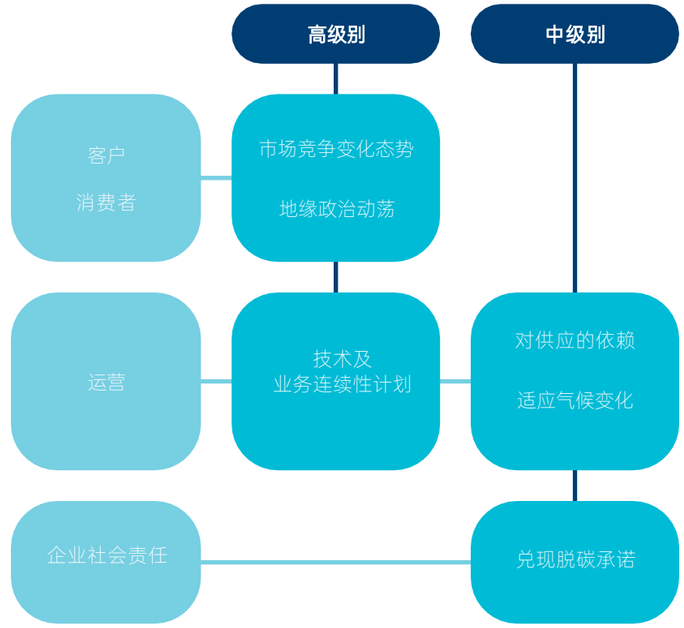


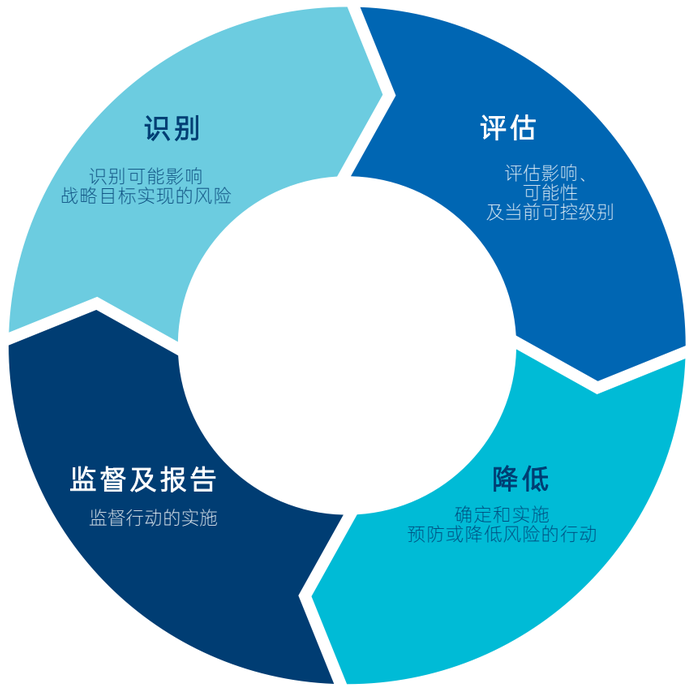
Mayoly身处不断变化的环境中，为制定最优决策，保护自身资产，并推动战略重点落地，集团积极预判和管理风险。

Mayoly拥有严谨的风险识别、评估和管理体系，覆盖从一线员工至管理层的各层级（详见右图）。根据风险属性，管理措施分别应用于生产基地、具体岗位、对应国家、所属区域或全球层面。管理层定期监督并听取风险管行动计划的进展。

集团每年会根据旗下各实体机构提交的风险评估报告，并结合执行委员会的讨论结果，制定形成年度风险概览报告。

风险概览(2024)





业务模式

我们的业务模式建立在对行业挑战和自身独特优势的深刻洞察之上。我们始终秉持负责任的资源使用原则，致力于创造可持续价值，同时满足各利益相关方的期望。我们将环境、社会及治理相关挑战全面融入我们的工作中，确保为客户、合作伙伴及整个社会带来积极影响。

我们的优势

专业技术

在地化支持

负责任

产品质量与疗效

敏捷

行业关键问题

老龄化

制造成本上升

我们的核心业务领域

公共健康

处方药

医学诊断

健康管理自主与
工业生产自主

覆盖所有人的
健康卫生产品及服务

人力资源

≈2200

全球员工
其中近1100名在法国

我们的脱碳承诺

-50%
到 2030
I类 和 II类排放与2019年水平相比

-55%
到 2030
III类排放与2019年水平相比

我们的承诺

集团可持续发展的
人文引擎

助力
生态转型

可持续发展
在地化融合

培育浓厚的
社会责任文化

我们的资源

工业资产及分配

6
生产基地
其中五个在法国

21
子公司

600
产品

90%
原材料采购自法国

为我们的利益相关者创造价值

患者教育
搭建肠易激综合征信息平台

45 个新品上市
2024年

客户

580
2024年销售额
（百万欧元）

148
年产量
（百万盒）

85%
全球在售产品为法国本土生产

合作伙伴

+200
供应商（直接采购）

55%
直接采购自法国

90%
直接采购自欧洲

员工

63%
女性

37%
男性

42 平均年龄

7 年 11 月
平均在职时间

•保护我们所有子公司和生产基地的员工

> 我们的宗旨：
> 提升健康和幸福感，
> 让日常生活更美好

价值链

我们始终坚守价值链各环节的责任承诺，确保全球在售产品的品质与供应。这一承诺始于对供应商及分包商的审慎甄选，依托生产基地精湛的专业技术，最终通过由敬业尽责的子公司与分销商组成的全球网络，将产品销往 100 多个国家和地区。

销售和市场营销

- 汇聚科学、医学及直接面向消费者（DTC）领域的高素质人才
- 构建由本地分支机构和分销商组成的国际网络，深受患者和消费者信赖

创新

- 内部研发团队
- 新产品、新质地的开发
- 新剂型和成分的技术追踪



市场准入

- 产品远销全球约100个国家和地区
- 持有全球约800项市场准入许可

供应商

以严格的质量、环境、信誉及管控标准，甄选原材料与分包合作方

物流

- 高效供应链监控
- 与顶尖物流合作方建立长期稳定合作关系

生产

- 高效的生产线布局：在法国拥有五家工厂，在中国拥有一家工厂
- 具备提供多样化产品及丰富剂型的能力

质量与法规管控

- 严格遵循制剂规范
- 配备专业合规人员



富有使命感的领导团队

MAYOLY依托
富有活力与责任感的治理体系
推动可持续发展及
负责任的价值创造

执行委员会



Nicolas GIRAUD
首席执行官



Emmanuel PAINT
全球销售执行副总裁



Sophie DESLOGES
财务与行政执行副总裁



Sébastien NICOLAS
工业生产运营
执行副总裁



Vincent BERCOVICI
药妆业务
执行副总裁



Roberto NAKAHARA
消费者医疗健康
全球营销执行副总裁



Alexandre FUZIER
战略、创新与业务转型
执行副总裁



Christophe NAPIOT
人力资源、沟通与企业社会责任
执行副总裁



Gaël CHALVON-DEMERSAY
并购、战略拓展与联盟
执行副总裁

执行委员会负责集团战略项目的推进实施、目标设定和优先级确定，
并监督集团内部各实体的绩效与成果，以确保集团的正常运作。



2

负责任、重承诺：
未来四大挑战

工业生产自主:
一项战略目标



Nicolas Giraud, 首席执行官

4亿欧元

出口额为法国贸易平衡注入正向助力

“坚守并发展法国本土工业基地与专业技术，既是维护工业生产自主的切实举措，也是对患者、消费者、所在地区及后代子孙肩负的责任。”



我们产品

85%

产自法国

我们的自有工厂

在供应链面临不确定性、大规模产业转移及脆弱性加剧的背景下，Mayoly重申对强大且可持续的自主生产的坚定承诺。我们持续对生产基地进行投资，将专业技术传承与地区发展置于工业生产战略的核心地位。

强化我们的区域根基，首要在于支持本地就业、促进法国工业技术发展，并巩固充满活力与韧性的区域生态系统。通过在我们所服务的市场附近布局生产基地，我们得以提升效率、保障产品品质，和降低对脆弱且偏远供应链的依赖。

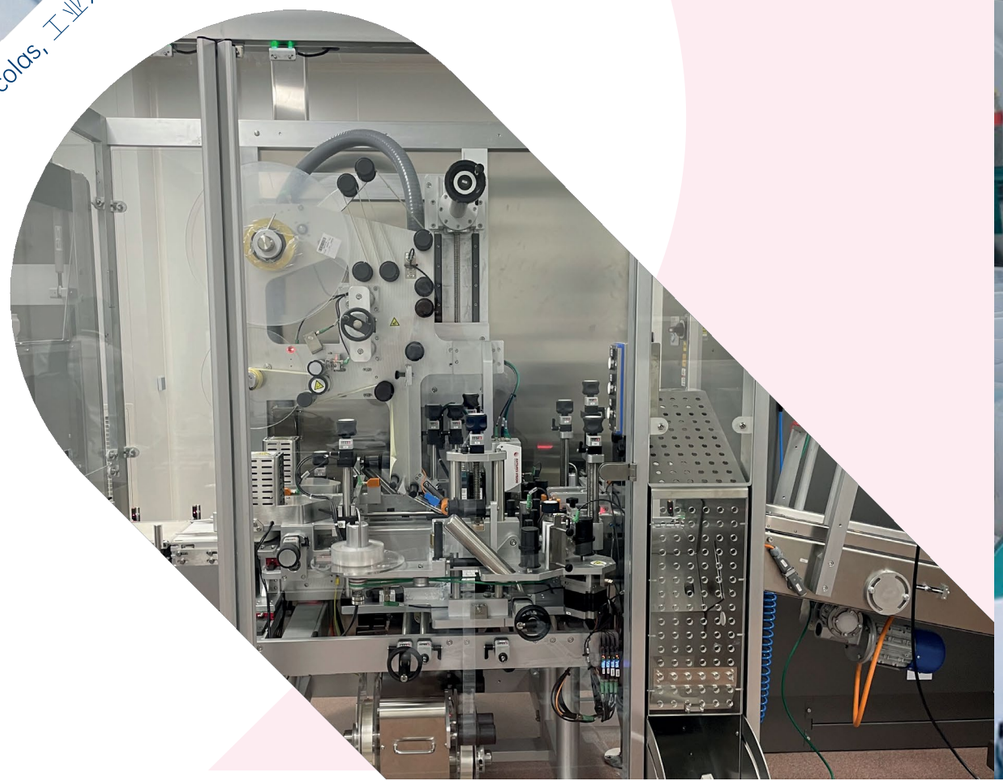


Sébastien Nicolas，工业运营执行副总裁

“我们的力量来自工业生产实力

Mayoly拥有5家在法国的生产基地，确保高效、可控的生产和高品质的产出。

依托先进的专业技术与工艺，我们每年生产 1 亿多盒产品，精准贴合患者与医疗健康专业人士的需求。”





气候:
助力实现负责任工业生产转型的关键



面对气候紧急状况，Mayoly承诺将环境转型作为工业战略的基石。我们认为，脱碳既是生态层面的必然要求，也是驱动企业提升业绩、韧性及行业竞争力的动力。

我们的目标清晰明确：在价值链各环节大幅降低碳足迹。从生产到分销，重新深度审视我们的工业运营模式。这一目标将通过持续优化能源利用效率、扩大可再生能源使用、减少废弃物，以及整合生态设计流程等具体行动落地。

“2024年，我们达成了一项重要的里程碑：我们实现了既定的减排目标，并得到了“科学碳目标倡议组织”的认可。这不仅是我们的低碳发展路径正式得到了认可，也彰显了我们作为工业生产企业在应对气候变化行动中的坚定担当。”

普及提升健康与幸福感的产品:
根植于我们DNA的承诺



优质药品与幸福感提升产品的获取，绝不应是特权，而应是一项基本权利。我们始终坚守支持医疗健康专业人士的使命，致力于为广大受众提供可得、有效、合适的解决方案。

面对当下的健康医疗挑战与近期各类危机，我们果断采取行动，以保障产品供应的连续性，将质量与安全置于一切工作的核心。我们贴合当地人群的具体需求调整产品，坚信每位患者都应获得有效且适宜的关怀。

这一坚定承诺彰显了我们的社会责任：减少在获取健康与幸福感提升产品上的不平等，支持医疗健康专业人士的日常工作，在质量不打折的前提下，提升所有人的健康与幸福感。

SCIENCE BASED TARGETS
DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION

“我们每天通过行动，支持医疗健康专业人士、患者和消费者，让必需的健康和幸福感提升产品触达每一个人，在他们需要这些产品的时候。”

新的社会性目标:
在变革世界中的企业家精神



Christophe Napiot，人力资源、沟通及企业社会责任执行副总裁

“无论现在还是未来，人才始终是Mayoly事业的核心。这意味着我们尊重人的多样性与独特性，创造有利条件，帮助员工实现集体成长与个人成长。”



我们充分顺应社会期待的变化，重视平等、多元、和主动担当。企业家精神、创新活力与积极向上的互动，日复一日为我们的企业文化注入强劲动力。

我们着力营造鼓励集体创新与个人进取的环境，让每位员工都能全身心投入工作、精进技能、实现职业成长。职场幸福感、员工安全与多元包容，是构建丰富多彩、激励人心且富有意义的员工体验的核心支柱。



“我们坚信，创造力、主动性与积极心态是我们携手打造未来职场成就感与责任感的关键所在。”



3

我们的影响：
我们的承诺与行动



Halinh Tran Bréchot, 沟通及企业社会责任总监

“经济效益与可持续发展密不可分。我们的每一项行动，都聚焦于平衡负责任增长与正向影响力，而这二者的共同目标都是在当下及未来，可持续地促进患者与消费者的健康与幸福感。”



我们的承诺

企业社会责任

可持续地提升所有人的健康与幸福感

第一个企业社会责任路线图 —— 结构化推进，提速影响力

2024 年，Mayoly成立企业社会责任指导委员会，负责制定并推进专项行动路线图。这一路线图作为核心战略工具，明确了行动方向，确保将我们的各项承诺转化为可量化的具体行动，核心目标是让社会责任成为推动整个集团实现可持续转型与效益提升的重要杠杆。

到2030年，与2019年相比，范围 I 和 II 排放减少 50%
到2030年，与2019年相比，范围 III 排放减少55%

国际标准
我们的九大目标与联合国可持续发展目标是一致的

PRIORITY



COMPLEMENTA



SCIENCE BASED TARGETS

团队

对团队的承诺

2025 路线图

1

助力提升我们团队成员的健康与幸福感

重心

打造让员工有满足感的体验，日复一日地提升幸福感、健康和公平。

指标

- 员工体验大于等于 8/10
- 高层管理人员中的女性比例



2

增强团队凝聚力

重心

用共同的企业文化凝聚我们的员工，培养团队凝聚力，增强团队荣誉感，推动团队成员践行公司价值观，实现公司的目标。

指标

- 敬业度评分大于等于 8/10



3

提升团队成员的技能和就业能力

重心

通过推动员工持续成长和提升职业流动性，为团队成员提供全职业生涯支持。

指标

- 每位员工的培训时长
- 内部转岗比例







助力提升我们团队成员的健康与幸福感

集团第一次员工敬业度调查圆满完成:

团队维度是我们企业社会责任的核心支柱，既承载企业宗旨，又驱动集团整体绩效提升。它激发创新活力、助力人才发展、提升敏捷性与人才吸引力，并满足我们所在行业的伦理与社会诉求。有鉴于此，我们开展了集团史上首次全员敬业度调查，85.8%的同事提供了反馈。调查结果彰显了团队的高度凝聚力：敬业度得分为8.7/10，员工体验得分为 7.9，正向员工推荐值（e-NPS）30。这些指标印证了我们举措的有效性，也彰显了集团在打造激励人心、关怀备至的职场环境方面的能力。



以切实行动支持我们的员工



- 阿尔及利亚，我们的年度医疗咨询项目根据协议向全体员工提供免费或优惠的咨询服务。该项目覆盖100%员工，是可持续预防健康理念的重要实践。
- 乌克兰，我们推出员工援助计划，让每位员工均可无限次享受心理治疗师、教练或精神科医生的线上咨询服务。2024年累计提供100多次咨询服务，体现了来自员工的真实需求和集团在敏感时期对员工的坚定支持
- 捷克斯洛伐克，我们在冬季向全体员工发放“幸福礼包”，用于覆盖医疗用品、体检、眼镜等健康支出。这一务实举措旨在帮助员工在健康防护的敏感薄弱季强化防护意识，筑牢预防基础。

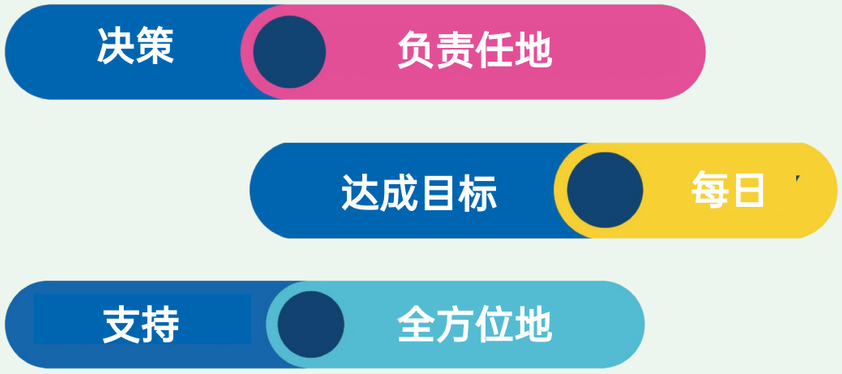
- 法国德勒，一位残疾员工牵头发起了一项极具感染力的活动，他骑三轮车跋涉440公里，呼吁社会关注“克服障碍”的精神力量。这段旅程中，他沿途走进学校开展分享、联动企业交流互动。Mayoly通过协助筹备所需物资参与和支持这个活动，切实体现了集团在推动多元包容、以体育赋能健康方面的坚定承诺。



新的文化与价值观基石与愿景同频共振



历时半年，人力资源、沟通及企业社会责任团队牵头推进了一项宏伟计划：迭代升级Mayoly的企业文化，使其更贴合我们当下的发展定位。我们召集了涵盖各业务线、各国家的团队代表开展系列工作坊，核心目标清晰明确：携手构建一个强大的价值观基础，这套价值观既要凝聚共识，又要与我们的愿景（即成为全球领先的消费者医疗健康领域的领导者）同频共振。这次集体共创是一个关键里程碑，为打造赋能业绩增长、提升品牌吸引力、支撑长期发展的全员认同、共同践行的文化奠定了基础。



凝心聚力

粉红十月: 防治乳腺癌，集团在行动



- 乌克兰, 在内宣活动中再次强调乳腺癌防治的重要性



- 哈萨克斯坦，同事们齐聚一堂，聆听乳癌康复者的亲身分享、参与互动问答并领取科普宣传资料，深入了解预防、早筛和心理关怀的重要性。活动同步发起“粉红着装”倡议，呼吁员工参与专项体检。



新的文化与价值观基石
与愿景同频共振

- 法国和墨西哥: 员工积极参加“粉红大合影”活动，公司向公益组织 “Vivre Comme Avant”进行捐款，做为LIVE TALK系列活动的一部分，一些员工还分享了他们本人的抗癌故事。



- 法国德勒，员工每提供一张他们自己身着粉色服装的照片，公司就向公益组织 Vivre Comme Avant 捐赠 15 欧元，用来帮助乳癌患者的康复；约 30 名员工还参加了当地的 “粉红徒步” 活动，以实际行动扩大公益声量，彰显团队凝聚力。



法国 Chartres “粉红健行”

- 与“粉红十月”活动同时，达马里、德勒、吕埃勒三大园区同步联动，参与Chartres市的“粉红健行” 活动。该活动通过组织5公里徒步或10公里竞速募集抗癌捐款，60名参与者用脚步彰显了员工对公益事业的热忱投入。



认可与传承

- 集团珍视传承积淀与长期坚守。团队的知识传承与忠诚奉献是我们企业文化的核心底色。集团每年颁发“老员工奖”，表彰在公司长期服务与奉献的员工 。这一荣誉象征着对集体记忆、获得性技艺与人文财富的珍视，正是这些核心资产，铸就了集团发展的坚实根基。



中国：获评 “最佳职场”

- 2024年，Mayoly中国斩获 “中国最佳职场™” 及 “大中华区女性最佳职场™” 双项殊荣。98%的员工参与调查，敬业度指数高达97%。这一成绩体现了我们在优化职场生活、鼓励多元包容、凝聚团队方面的卓越成效。

多元包容
团结互助

我们的团队日复一日地在各自所在地践行团结互助、多元包容与对社会负责的价值观。正是有了这些员工主导的多元举措，集团的社会承诺真正得以紧密贴合当地实际。

在法国德勒，我们围绕职场包容、团结互助及多元议题认知提升开展了多项行动：

药企就业周

- 活动设置岗位对接环节，邀请求职者走进园区，了解岗位信息与公司环境；开展实操工作坊，评估参加者的技术水平及沟通能力，并为其搭建职业融入的便捷桥梁。





- 在德勒的慈善食品募集活动：园区员工与德勒当地社会行动中心携手，为社区食品银行发起食品募集。此次活动共募集86公斤的产品，助力受助群体每周都能以优惠价格购买生活必需品。



- 国际妇女节特别活动：国际妇女节当天，我们邀请Rotrou职业高中生物质量职业资格班的 20名学生，参与为期半天的主题交流活动。活动围绕性别平等、多元包容及制药行业职业发展机遇展开，9名园区员工与1名法国制药行业联盟 Polepharma代表到场分享，结合自身的职业经历，传递行业开放、多元、积极进取的发展理念。


俄罗斯家庭日活动

- 墨西哥当地团队与民间公益组织合作，为临期药品赋予“二次生命”。这一举措通过联合多家公益机构落地实施，既有效满足了紧急医疗健康需求，又减少了药品浪费。



提升
团队成员的
技能和就业能力

提升员工技能是我们的一个战略议题。为此，集团全新推出培训平台MayLearn，面向全球员工，助力技能提升。

MayLearn平台体现了我们对传递传承和推广最佳实践的追求，在全球范围内促进教育创新及多元包容。

2025 年 6 月，该平台在 欧洲知名私募投资机构CAPZA主办的“可持续发展与影响力大奖”中，斩获“最佳企业社会责任举措”奖项。

- 波兰：强化商务谈判技能
  我们为波兰销售团队量身打造专项培训项目，聚焦谈判技巧提升。通过培训，销售代表在与客户互动时更具信心，工作效率显著提升。

- 墨西哥：领导力培养与管理能力发展
  我们推出综合性课程，为新经理提供工具支持，帮助他们顺利完成向团队领导角色的转型。课程内容涵盖管理者职责、人才管理、绩效评估及员工发展。我们还组织团队工作坊，通过“停止 — 开始 — 持续”等方法，强化团队凝聚力、明确战略目标、提升组织敏捷性，进而推动团队整体效能提升与变革管理落地。

公众

对患者和消费者的可持续承诺
成为利益相关方眼中的标杆

社会参与

2025路线图

我们使命的核心就是
提升患者和消费者的健康及幸福感。

我们的承诺远不止于药品生产：
更在于与医疗健康专业人士及社区的
相互信任、紧密联结和交流互通。

4

提升患者和消费者的健康和幸福感

重心

提高健康意识，助力医疗健康专业人士的培训

提升产品可及性

加强与医疗健康专业人士、患者和消费者的交流

指标

拜访过的医疗健康专业人士数量

我们关键品牌在主要子公司销售终端的铺货情况

社交媒体总曝光量及活动参与人数

3 健康与幸福感

5

成为利益相关方眼中的标杆

重心

采用企业社会责任标准
来培育我们的供应商

指标

我们 80% 的直接采购行为
符合《负责任采购章程》的要求

我们 70% 的采购行为获得
Ecovadis 或同等机构的认证

12 负责任的消耗与生产





患者和消费者是我们一切行动的核心导向

1

为医疗健康专业人士提供支持， 包括培训、教育内容及权威学术会议（比如Mayoly胃肠病日、法语区肝胆胃肠病与消化肿瘤大会JFHOD、欧洲皮肤病与性病学会年会 EADV、欧洲胃肠内镜学会年会ESGE Days。这些交流平台推动了最佳实践的传播普及，提升了患者管理的水平。

2024 年 12 月 13-14 日举办的第3届Mayoly胃肠病日活动，正是我们对医疗健康专业人士承诺的完美例证。该国际论坛聚焦胃肠病学领域前沿进展，由集团联合胃肠肝病领域专家共同打造，促进最佳实践的分享与医学继续教育的发展，彰显了我们大规模为患者提供可靠、创新且可及的医疗健康解决方案的坚定决心。

Mayoly亦积极参与各类医学学术会议，如2024法语区肝胆胃肠病与消化肿瘤大会（这是法国最大规模医学盛会）、在柏林召开的欧洲胃肠内镜学会年会，持续践行我们的承诺。这些会议为我们与医疗健康专业人士搭建了直接沟通的桥梁，推动了前沿科研成果的传播，也通过诚信透明的交流进一步巩固了公司的信誉。

2025年9月，我们参加了在阿姆斯特丹召开的欧洲皮肤病与性病学会年会。这是该领域内的一个重磅盛会，我们借此机会与16000多名医疗健康专业人士进行交流，展示我们的“呵护皮肤健康、焕活身心幸福”（Well-Being Dermatology）理念，并推出多款皮肤科解决方案，助力患者提高生活品质。



2

立足本土需求，务实在地行动。我们在中国、阿尔及利亚和乌克兰开展对助产士的培训，缩小医疗服务可及性差距，或进行疾病预防科普宣传（如星火计划、肠易激综合征、结肠癌筛查等）。

- 在中国，我们与卫生管理部门携手推出“星火计划”，旨在缩小胃肠病诊疗领域的地区差距。通过四场线上会议，4万多名医生聆听并受益于国内外权威专家的前沿分享，推动了全国范围内医疗行为的统一化、规范化发展。我们还在国药控股旗下药房支持药师队伍的培养。仅一个月内就组织28 场培训活动，全国 1200 余家零售门店的3000 余名员工通过培训进一步加深了对胃肠疾病的认知，提升了日常为患者提供咨询与支持的能力。数字化工具亦为这些团队的工作提供了有效助力。

- 在阿尔及利亚，我们组织开展系列医学培训，提升医生临床技能，并宣传最新科研进展。



- 在欧洲，我们参加了欧洲胃肠内镜学会年会。这是聚焦胃肠内镜领域技术前沿的专业学术研讨会，由 Thierry Ponchon 、 Maria Pellisé Urquiza 和 Barbara Bastiaansen 这三位欧洲权威专家牵头主持。

- 在乌克兰，我们于“世界炎症性肠病日”期间支持炎症性肠病的科普活动，促进患者获得更优质的医疗照护。

此外，我们发布了一篇关于结直肠癌筛查的科普文章，并针对全科医生及家庭医生开展配套教育宣传活动。

这些举措旨在推广早筛、宣传免费治疗政策、和动员医疗健康专业人士共同推进疾病预防工作。

3

提高产品可及性

保障人们平等地获取基本药物，是为了捍卫最基本的健康权、缩小不平等，和让我们的医疗体系更公平、更具韧性、更能提供有力的支持和关怀；我们采取务实行动也是为了带来积极、可持续且富有社会责任感的影响。

我们致力于让患者便捷获取医疗健康产品，为兑现这一承诺，我们打造了覆盖广泛的全球布局：

- 我们在全球设立21家子公司
- 通过与各地经销商合作，我们的产品销往100多个国家和地区
- 我们拥有800余款产品，满足医疗和药妆领域的多元需求。

为进一步扩大影响力，我们正加速推进数字分销业务增长,这是保障产品广泛可及的核心战略支点。我们聚焦四大核心子公司重点品牌的培育，同时大力拓展电子商务渠道，尤其在电商已深度绑定患者消费习惯的中国与俄罗斯市场。

这一集体性、可持续的坚定承诺，显示着我们的宏伟目标：以需求为导向，提升生活质量。





成为供应商与利益相关方眼中的标杆

“我们90%的采购活动均在欧洲完成 —— 这一自愿性举措,助力本土经济发展,深化了区域合作伙伴关系,还大幅降低了我们企业的碳足迹。”

我们的负责任采购政策降低了非财务风险，提升了供应链的可追溯性与透明度，推动了可持续创新，并增强了利益相关方（客户、投资者、监管机构）对我们的信任。

2024年，我们在负责任采购流程上采取了多项结构性举措：

- 2024年1月正式制定《责任采购章程》，47家战略供应商已签署该章程，覆盖84%的直接采购额（目标为80%）；
- 供应商企业社会责任评估：通过评估机构EcoVadis完成45家供应商的评估工作，覆盖 66% 的直接采购（支出7400 万欧元）；
- 在所有供应商主合同中系统纳入企业社会责任条款；
- 与科学管理组织委员会（CEGOS）合作，为采购团队提供针对我们所在行业的企业社会责任培训，内容涵盖供应链可追溯性、生物降解、国际法规等领域；
- 与EcoVadis联动，逐步部署包含企业社会责任标准的供应商评估工具。

我们将支持供应商不断提升其企业社会责任表现，尤其是碳足迹管理的表现，以强化管控我们在整个价值链上的影响。

地球

对环境的承诺

2025路线图

6

应对气候变化

重心

减少我们的温室气体排放，支持可持续发展。

目标

I类和II类排放到2030年降低为2019的一半

III类排放：与2019年相比，到2030年实现每百万欧元附加值所产生的排放量降低 55%

所有工厂用电100% 来自可再生能源



7

管控资源消耗，减少自然资源的使用

重心

将环保理念融入到我们的产品设计中

测量并减少水和能源的消耗，减少废弃物

目标

到 2025 年底，所有新产品都要融入环保设计理念。

实现非增值浪费减量 5%

与 2023 年相比，用水量减少 10%



8

保护环境与生物多样性

重心

创造有利于保护生态环境和生物多样性的最佳条件

目标

使我们50%的工厂通过ISO 14001认证

确定目标和制定保护生物多样性的行动计划

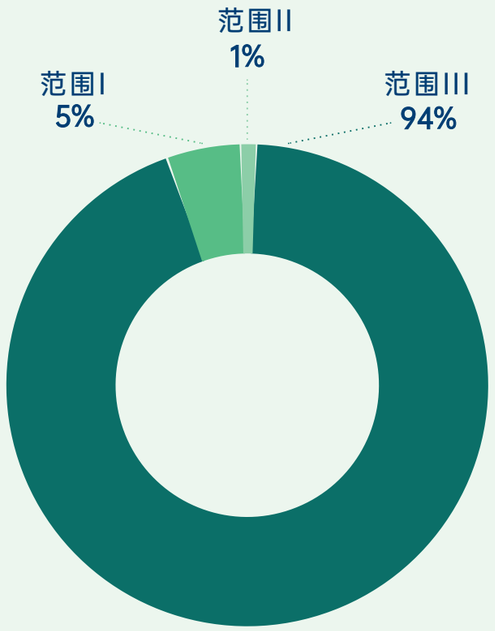


2024 年，我们将范围 I与范围 II的温室气体排放量较 2023 年减少 21.5%，较 2019 年累计降幅达 45%。

我们对气候和生物多样性的承诺

我们的使命是提升每个人的健康与幸福感。我们坚信，这是为了保护地球家园与万物生灵。因此，我们在各个层面采取行动，降低我们对环境造成的影响：

- 减少我们价值链各环节的温室气体排放；
- 降低能源、水资源及自然资源的消耗；
- 将生态设计理念融入产品研发过程；
- 积极保护生物多样性。



2024年总排放 92883 吨二氧化碳当量

范围 I 与范围 II：
5328 吨二氧化碳当量

范围 III
87556吨二氧化碳当量

我们的脱碳发展路径得到科学碳目标倡议组织的认可

2024 年 12 月，我们的减排目标被科学碳目标倡议组织认可。这说明我们的减排方式是严肃的、科学的：我们的减排路径与《巴黎协定》将全球全球变暖控制在升温1.5°C以内的科学建议保持一致。

我们的承诺：

- 到2030年，范围 I 与范围 II 的直接排放量绝对值较 2019 年减少 50%；
- 到2030年，范围 III 的间接排放量（按经济效益计算，即每百万欧元附加值对应的排放量）较 2019 年减少 55%。

● 范围 I：
我们工厂的直接排放（例如：供暖、机器、车辆等）

● 范围 II：
与我们采购来的能源相关的间接排放（例如电能）

● **范围 III：**
所有其他间接排放，例如与采购、运输、承包商、产品使用相关的排放。



脱碳发展路径经 科学碳目标倡议组织认可

到2030年

-50%

与2019年相比，范围 I 和 II 排放减少 50%

-55%

与2019年相比，范围 III 排放减少 55%



脱碳关键范围 I 和 II

6% 排放量来自范围I和II，且主要与内部工业生产相关

实现直接减排目标的核心依托两大关键举措：一方面是提升能源效率与节约能源，另一方面是向低碳能源转型。

核心行动:

- 监测和引导节能路线图的贯彻执行（着眼重点项目及重大工业生产性投资，降低能源消耗）；
- 变革生产运输方式或能源类型，实现脱碳目标；
- 法国德勒工厂2018年通过ISO50001能源管理体系再次认证，确保能源管理持续优化；
- 2024年，我们工业生产基地100%使用当地可再生能源电力（2019年这一比例为27%）；
- 电力消耗量较2023年减少13%，综合能源消耗量较2023年下降7%；
- 天津工厂实现近乎全面电气化，天然气消耗量降幅99%。

脱碳关键范围 III

94% 排放量来自范围III，且主要与外部需求相关

我们的核心行动举措：

- 负责任的采购：加强与供应商的沟通，减少所采购商品及服务的碳足迹；优先选择践行可持续发展理念的合作方。
- 生态设计：在新产品研发或现有产品配方改良阶段融入生态设计理念，综合考量成分选择、原材料产地及生产流程。
- 运输优化：逐步部署氢化植物油和生物天然气等低排放替代燃料；优化并合理管控航空运输；条件允许时,优先采用船舶、铁路等低碳运输方式（例如：2024年已实现法国利勒工厂与法国德勒工厂之间从公路运输改为“铁路 + 公路”联合运输）；推进自有车队电气化改造。
- 2025年，我们将持续推进上述行动，并进一步减少25%的水资源消耗量。

生态设计项目

我们的生态设计项目可在产品的全生命周期降低其环境影响，且不影响产品质量。该项目围绕四大核心支柱展开:

1. 包装：减少、再利用、可回收性、负责任的原材料
2. 配方：选择较少争议的成分、简化、负责任的采购
3. 生产和运输：能效表现、选择更具可持续性的运输方式
4. 社会挑战：将环保标准融入产品策略

这些承诺是我们总体目标的重要组成部分：到 2030 年，将总碳足迹较 2019 年减少 55%，并积极推动生物多样性保护。







特碧润®

本地生产、负责任的配方

30多年来，特碧润®产品的研发始终在法国达马里莱利斯实验室进行，并在法国本土生产（主要产自我们位于法兰西岛大区的工厂）。品牌在筛选成分与原料方面遵循《负责任采购章程》。配方秉持精简原则，仅保留必要成分。

生态设计防晒系列

2024年4月推出的全新防晒系列适用于为3岁以上全部人群提供高倍防晒保护，同时致力于降低环境影响*。配方采用有机成分取代矿物和纳米成分来过滤紫外线，且经专门设计以减少对海洋环境和海洋生物多样性的影响,已针对珊瑚、藻类、刺胞动物三个物种完成相关测试 *。

产品包装采用生态设计：200升管状包装含至少28%再生塑料，且减重4.5 克**，单支塑料用量减少21%，产品品质不受影响；

喷雾装瓶身含至少29%再生塑料，配备超实用旋转式泵头与喷嘴防护设计，瓶盖不可拆卸，从而避免将瓶盖遗失在沙滩上。

**如需了解我们的承诺及全部测试细节，敬请访问品牌官网：www.topicrem.com*
*** 与特碧润传统200毫升管状包装相比*



防晒系列践行 “1% 地球税联盟”承诺

特碧润®品牌通过“1%地球税联盟”捐赠防晒系列销售额的1% 用于环保项目。2024年善款已用于支持清理海洋污染和面向青少年开展环保科普的 “海洋救援计划联盟” 。自2015年成立以来，该联盟已累计向2万余名儿童普及环保知识，在1500名活跃志愿者的助力下，成功清理海洋垃圾500吨。

BeauTerra®

天然配方、法国制造

BeauTerra品牌所有产品均在法国设计并生产（依照传统工艺产自叙利亚的Aleppo皂除外）。品牌超95%的配方中，天然来源成分占比不低于90%。产品线涵盖身体清洁（香皂）与护发（洗发香波/护发素）类诸多固体产品，不含一次性塑料，且耗水量更低。近期，BeauTerra新上市的私密护理产品系列和婴儿护理产品系列，通过国际权威天然有机化妆品标准COSMOS体系的认证，获得“有机”级别标识。



减少塑料废弃物

BeauTerra多年来始终致力于减少一次性塑料的使用，持续推进有利于负责任消费的行动。继推出固体产品及提升运输效率的家庭装产品后，品牌于2024年再迎里程碑 —— 推出生态友好补充装。马赛液体皂和沐浴露的核心香型分别提供适配300毫升装瓶身和1升装瓶身的补充液，相较于传统泵头瓶，塑料消耗量最高可减少80%。



产品创新

BeauTerra还推出了一款不含抛射剂的头发干洗香波，配方中99%的成分为天然成分。使用这款产自法国的纯素产品可以减少洗发频率，进而实现节水目的。



透明度与可追溯性：

特碧润与BeauTerra这两大品牌均承诺提供安全且符合伦理的产品，严格执行配方准则，剔除争议性成分。BeauTerra更进一步排除所有动物源成分，其大多数配方均获得纯素认证。

为保障完全透明，品牌官网向消费者公开产品的成分信息及测评数据。这些数据包含Yuka等健康测评类应用给出的评分，为消费者提供清晰、准确、可验证的参考信息。





保护生物多样性
我们在行动

配合法国国家生物多样性战略，Mayoly通过具体行动，在开展业务活动时践行自然保护理念。

2025–2030 年路线图的三个重点:

- 降低我们业务在价值链各环节的污染风险；
- 研判我们业务对自然资源的依赖程度，以便加强资源保护；
- 可持续管理我们的生产基地，充分考虑所在区域特性及利益相关者的诉求。

在法国已实施的行动案例:

- 利勒工厂：在完成生态经济与生物多样性诊断后，启动“生物多样性走廊”项目，以保护并改善现有生态连续性，推动该厂在职场生活质量、资源利用及环境保护方面，持续起到标杆作用。
- 在Eure-et-Loir省自然保护协会的支持下，德勒工厂开展生物多样性普查，并证实自2021年以来采取的行动已取得成效。
- 世界清洁日期间：法国及墨西哥团队组织垃圾清理活动，宣传环保意识。

这些举措彰显了我们立足本地行动、为全球生态环境创造积极影响的决心。

节水

负责任的水资源管理对于我们的工业运营十分关键。2023年底，我们针对德勒主生产基地启动了一项宏大的节水计划：当地夏季极易干旱，该计划将助力我们的用水量较2022年减少25%。

2025年，我们的目标是所有成品生产基地用水量均降低10%。法国利勒工业基地是我们生产蒙脱石的地方，而蒙脱石是生产我们产品所需的重要活性成分。我们特别重视当地的水资源保护。我们的利勒工厂毗邻Sorgue河，这是法国Vaucluse省一条独特且亟需保护的河流。 Sorgue河的水质特别适合我们生产流程中的黏土处理与提纯。我们用过的河水经过处理会从工厂再以同等水量和同等水质回流至Sorgue河。Sorgue河水是稀缺且独特的资源。我们的审慎管控不仅能将用水量压缩至最低水平，更推动实现更具责任感的水资源循环利用。

一个充满热情的专业团队
致力于提升日常健康水平


提升健康与幸福感
让日常生活更美好
我们为此而自豪
MAYOLY
Taking your care to heart