

安利尽心培育自觉尽责的企业精神

志愿精神，植根于企业

北京奥运留下的一笔重要“财富”，也许就是国人对志愿者形象的全心认同。而将奥运志愿者常态化、普及化，更是全体国人的共同期盼。

截至目前，安利拥有正式注册志愿者4.5万人，分属156支“安利志愿者服务队”，活跃在全国的31个省市区，已为中国社会奉献志愿服务时间70万小时，成为安利在中国最大的非经营性成就。

安利志愿者主要由安利营销人员组成，在紧张繁忙的销售、服务工作之外，他们也乐于为社区提供志愿服务。安利企业文化认为，每个人都愿意做事，只是缺少途径和选择。于是公司搭建起“安利志愿者”这个常态化的公益平台，出资策划，实施定制化的公益活动。安利这种制度模式，实现了公益资源的优化配置，完成了志愿精神在企业组织中的完美嫁接。

每逢大事，安利志愿者都成为一支可以倚重的志愿力量。

在年初抗击冰雪灾害过程中，安利志愿者们迅速动员起来，为灾区人民献上自己的一份爱心，全国28个城市的近2000名安利志愿者倾情参与了抗击雪灾行动。

5.12汶川强震发生后，安利迅速组织动员了4198名当地志愿者，参与到救灾第一线，用爱心和责任谱写生命极限。

在奥运志愿者中，共有13名奥运会志愿者，371名奥运城市志愿者出自安利志愿者群体。安利志愿者以特有的热情、纪律和训练有素，扎扎实实地演绎着奉献、友爱、互助、进步的志愿精神。



安利志愿者参与志愿服务

正因在抗震救灾、服务奥运等方面的优异表现，“安利志愿者”荣列2008年团中央表彰的“百优”志愿者组织。

安利志愿者是安利实施公益活动的主体，经过多年实践，安利的公益活动也逐渐回归并升为儿童和环保这两大公益主题，并形成目前“一体两翼”的公益格局。

关爱儿童，一脉相承

安利的故乡——美国密歇根州，保留着美国早期移民互帮互助的传统。安利两大创办人家族生活的小城——大急流市（Grand Rapids），这种民风醇厚、乐善好施的精神基因被带进安利公司，积淀为公司文化，上升为系统化的企业社会责任。

目前安利全球最大的公益项目叫做“手牵手”（One by One）关爱儿童大行动，截至2007年底，这项全球性儿童主题公益活动以各种形式帮助了550万儿童。当前的目标是，到2009年底，受助儿童数量达到1000万人。

在中国，在“手牵手”的旗帜下，最知名的儿童公益项目是已持续六年为“安利名校支教”。安利与清华、北大、人大、复旦等21所内地著名高校合作，组织了440多名研究生志愿者，在14个省区的17个贫困县开展支教活动。为此，安利累计投入人民币1630万元，每年都有约5万名贫困地区的中小学生在接受受益。其中，2005-2007年，安利连续支持20名香港大学生到湖南省湘西土家族苗族自治州支教。

安利公司通过这些研究生志愿者，资助当地改善教学条件，救济贫困失学儿童，并支持他们根据当地实际情况和农民现实需求，实施小型扶贫开发项目。公司的爱心和资源与研究生志愿者的激情和才干结合在一起，形成强烈的聚变效应：一个个电脑教室、图书室、广播站在西部贫困地区建立；文化节、夏令营、辩论赛、合唱队、舞蹈班、Flash设计制作组等先进素质教育手段被引入边远山村；农技推广、修桥打井、普法宣传、电影放映等小额农村开发项目，为当地农民开阔了眼界，带来了实惠。电影《志愿者》，正是以安利名校支教项目志愿者为生活原型创作的。

安利（中国）的另一品牌儿童项目是与中国儿基会共同成立的“平安基金”，专项用于救助孤儿。女童基金资助的一个重要项目是“平安之家”，主要为残疾孤儿提供手术治疗、康复训练以及手术前后的护理服务。平安之家由安利（中国）总裁黄德荫的大夫人吴培菲女士亲自倡导。目前，中国的福利院中有很多先天重度病残儿童，平安之家把他们接来，经过医生的专业诊断，只要有“一线希望”，平安之家都会为他们提供免费治疗。在平安之家，一个又一个孤残孩子得到重生的机会，并开始自己的幸福人生。从2003年成立至今，平安之家共救助了175名孤儿。



病残孤儿率远地住进“平安之家”

此外，安利（中国）还赞助、参与了各类儿童公益活动1000多项，受助儿童总数超过37万人。其中，171名残病弃儿恢复健康，188名唇腭裂病童重获天使般的微笑，近百名上海孤儿听到了亲人的呼唤；100名有艺术天分的少数民族儿童走近了艺术殿堂……2008年，安利又与中国儿基会合作推出“阳光计划”，致力于扶助农民工等城市新移民的子女更好地融入城市生活，与城里孩子沐浴同一片阳光。

注重环保，由内而外

LDC，是英文液体、有机、浓缩的字头缩写，是安利公司“多用途浓缩洗洁精”的简称。这是安利两个创始人在50年前开发的公司第一款产品，其环保特性在当时还找不到一个常用词汇来描述。50年来，经过无数次改良，这款产品依然畅销。从2002年开始，LDC连同安利的其他个人护理、家居护理产品一起，随中国极地考察队和“雪龙号”多次远征南北极。安利产品成为中国极地科考队的唯一指定用品，是凭借卓越环保性能，在众多巨头竞争中脱颖而出的。

安利一直把环保看作是企业发展发展的基石，将环境保护的原则内化到企业生产、管理的每个细节，先后获得联合国颁发的“环保成就奖”和“卓越成就奖”。

蕴藏在环保品质之中的还有弥足珍贵的环保精神。从2004年起，安利连续四年参与“地球第三极环保行动”，珠穆朗玛峰海拔5120米至8000米之间的登山废弃物被清除，为2008年圣火过珠峰清扫出一条道路。从2002年起，安利在全国发起“哪里有安利，哪里就有绿色”大规模植树造林活动。在2005年安利（中国）开业十周年庆典上，由公司创办人狄维士先生亲手种下了在中国的第一百棵棵树。



安利旗帜登上珠穆朗玛峰顶

善因—企业—善果

互帮互助的小城文化孕育出庞大的企业志愿者队伍，乐善好施的家族风范已惠及全球数百万儿童，产品的环保特性延展出“登峰造极（清扫珠峰，保护两极）”的环保成就。一些小“善的基因”，植入企业这种高效的组织形式，伴随企业一起成长壮大，结出辉煌的“善果”，安利缔造了一个范例。截至2008年6月底，安利（中国）参与实施公益项目4100多项，涉及关爱儿童、保护自然环境等诸多方面。

在善的基础上，安利逐渐形成完整的企业社会责任体系，包括良好的公司治理，以及全面履行对员工、消费者、社会、环境的责任。

安利自觉履行企业社会责任，为社会提供了福祉，为企业拓展了空间。同时，这种以自觉尽责为导向的组织意志，恰恰是安利高速发展的精神引擎。

你好！
千里之外的邻居

随着中国极地考察队的足迹，我们对自然的呵护也延伸到了遥远的南极。
2002年起，我们的6款家居清洁产品因采用可生物降解和无磷配方，成为中国（北）极考察队独家专用产品。
和人类遥远的邻居和谐相处，不仅要有心意，更要有行动。

全♥为你

Amway 安利