



在产品包装方面，欧莱雅的所有材料包装遵循 3R 原则：reduce、replace、recycle，即减量化、可替换和可循环。2022 年巴黎欧莱雅“大金瓶”洗护系列升级，产品包装采用了 100% 全塑泵（可回收塑料），此举每年可节省 413 吨原生塑料，约等于 1/24 个埃菲尔铁塔的重量。

2022 年，欧莱雅还通过采用生物基原料，改进了 Stabi 亮肤霜的配方，并在 MAD 泡沫洁面乳中尽可能减少非生物基聚合物的使用，实现生物降解率大于 94%。

与瑞士环保初创公司 Gjosa 合作研发的创新方案欧莱雅节水护发神器 L'Oréal Water Saver，其开创性的淋浴喷头采用了火箭发动机中的分馏原理，打造出高效的洗发护发体验。与标准方法相比，它能节约 61% 的用水量，目前已节省了 9500 万升水。

而今年年初亮相于 2024 年国际消费类电子产品展览会的新一代吹风机：AirLight Pro，优化了空气热流技术，适用于多种发质和头发类型的同时，干发更快，能耗降低多达 31%。

欧莱雅始终认为，构建自己的业务生态系统（包括客户、供应商和消费者）是企业责任的一部分。2022 年 7 月，为促进绿色低碳消费、提升美妆领域消费者知情权的保护水平，欧莱雅中国捐资与上海市消费者权益保护基金会共同成立“欧莱雅健康低碳专项基金”。

这是上海市消费者权益保护基金会内首个聚焦美妆行业消费者健康教育和首个国内专注于推动绿色消费的专项基金，也是首个上海市消费者权益保护基金会与外资消费品公司共同设立的专项基金。在该专项基金的支持下，欧莱雅产品环境影响信息及等级标注系统（产品环境影响五色盘）在 2023 年 4 月第三届中国国际消费品博览会期间正式发布。

产品环境影响五色盘从 14 个方面（如温室气体排放、水资源短缺、海洋酸化和对生物多样性的影响等）来准确衡量欧莱雅产品在其生命周期的每个阶段对地球的影响。目前，在中国内地市场，该系统已应用到欧莱雅旗下品牌“碧欧泉”的系列产品。

“欧莱雅，为明天”两大战略：

- 1 · 推动欧莱雅业务模式转型，尊重地球的极限；
- 2 · 是为应对全球挑战做出贡献。

“欧莱雅，为明天”三大支柱：

- 1 · 自我转型以尊重地球界限；
- 2 · 赋能业务生态系统，帮助其他企业完成转型，打造更可持续的世界；
- 3 · 为应对全球挑战做出贡献，为社会和环境的迫切需求提供支持。

“欧莱雅，为明天”部分发展目标：

- 到 2025 年，欧莱雅所有运营设施将提升能效，100% 使用可再生能源，进而实现碳中和；
- 到 2030 年，将通过创新手段，让消费者在使用欧莱雅产品过程中产生的温室气体（每单位成品计算），与 2016 年相比减少 25%；
- 到 2030 年，将与运输产品有关的温室气体排放量（每单位成品计算），与 2016 年相比减少 50%；
- 到 2030 年，100% 的工业用水将实现循环再利用；
- 到 2030 年，配方中 95% 的原料成分将以可再生的生物为基础，或来源于丰富的矿物，或来自于循环过程。

通过手机扫描产品上的二维码，消费者便可获得一张包含产品的环境影响等级、环境的制造情况（包括废弃物可再生利用占比、可再生能源占比）、产品包装的环境影响（包装原料、是否可回收/重复利用）、产品的社会影响等涉及产品制造和使用全阶段的信息图片，直观可比，清晰透明。

尽管前路漫漫、挑战重重，但在帮助 15 亿消费者做出更具可持续性的选择方面，欧莱雅一直是花了心思的。而且，在这场“地球保卫战”中，欧莱雅并不孤独。从运营端到供应链端，从产品端到消费者，欧莱雅多年的努力将这些环节逐步打通，环环相扣，形成合力。这让欧莱雅所创造的美，不断助力中国绿色低碳发展，成为了可持续的未来之美。🌱

欧莱雅开发了 Refill 可替换包装，能减少包装废弃和资源浪费，以 YSL 圣罗兰美妆的气垫粉底产品为例，买两个正装的价格可以买到三个替换芯。