庄臣信守全球承诺，将成分透明度扩展至拉丁美洲

行业领先的信息披露计划覆盖了世界各地的消费者，并激励了全球公司

威斯康星州拉辛，2019 年 1 月 8 日 – 今天，庄臣公司正在履行近 10 年前做出的全球承诺，将其行业领先的全球成分透明度计划扩展至拉丁美洲，并向全球各地使用其产品的消费者提供透明度。

庄臣引领行业走向更高的透明度，并继续超越行业标准进行披露。公司还与政府机构一起，牵头对化学品管理和信息披露进行积极改革。当该公司首次宣布其成分透明度计划时，还不存在要求披露成分的法规。

“十年前，庄臣做出全球成分透明度承诺。今天，通过将我们的计划扩展至拉丁美洲，我们实现了这一承诺，”庄臣董事长兼首席执行官 Fisk Johnson 说。“通过坚守我们的承诺，我们已经在世界各地带来了成分透明度，并且在这个过程中，我们已经帮助推动该行业实现更高透明度。”

例如，庄臣从 2015 年开始披露特定产品的香氛成分。两年后的 2017 年，宝洁、联合利华和利洁时宣布计划增加自己产品的香氛披露。

庄臣的开创性做法始于 2009 年，当时在美国和加拿大启动了成分披露计划。2016 年，公司的欧洲成分透明度计划在 WhatsInsideSCJohnson.com 上公布。一年后，亚太市场加入庄臣的全球成分透明度计划。拉美是最后一块拼图。

“一些公司在将成分透明度纳入其产品方面进展缓慢，而与此同时，庄臣集团始终走在前列，”Environmental Working Group 总裁 Ken Cook 说。“我赞赏 Fisk Johnson 作为成分透明度方面的全球领导者，对消费者做出的坚定承诺。”

庄臣在成分透明度方面的领先地位，为该行业其它公司效仿它铺平了道路。在庄臣开始披露成分 5 年之后的 2015 年，公司公布 SmartLabel®，这是一个用于获取更大范围产品成分的数字工具。庄臣还带头倡导联邦和州层面的产品透明度，包括大力支持加强美国的《有毒物质控制法案》，并拥护加州的《清洁产品知情权法案》，其中后者已于 2017 年签署成为法律，使加州成为第一个要求清洁产品在产品标签和网上披露成分的州。庄臣在成分透明度方面树立了一个大胆的榜样，带来了有意义的变革。

“对透明度的要求不会减少，而且存在很多像区块链这样的支持技术，它们将使可追溯性和透明度对每个人来说都更容易，也更容易负担，”GreenBiz Group 主席兼执行主编 Joel Makower 说。“因此，随着这些信息的增加和可用性的提高，我认为这也将产生对透明度的更多要求。”

透明度方面的领导地位

产品成分的披露只是庄臣所推行的众多透明度倡议之一。在过去十年，公司：

- 在 2012 年成为首家公布其产品中使用的香氛成分的全面清单的公司。庄臣的独家香氛调色板排除了大约 2,400 种不符合公司高标准的成分，尽管它们符合行业标准，并且在商业上是合法的。
- 在 2015 年新增网站产品特定香氛披露，引领行业。
- 于 2017 年开始在特定产品基础上披露其产品中可能存在 368 种潜在皮肤过敏原。这超越了法规要求，也远超大多数公司的分享范围。

- 是该行业内第一个在 2018 年向公众公开其成分选择项目背后的严谨科学的公司。同行评审的 Greenlist™ 计划能评估其全球产品组合中使用的 3,500 多种成分对人类健康和环境的影响，并考虑在其产品中使用这些成分的危害和风险。
- 于 2018 年成为首家在全球范围内披露其品牌组合中香水成分占产品配方的比例降至 0.01% 的大型消费性包装品 (CPG) 公司。

今天的消费者希望从公司得到更多的信息，包括他们使用的产品的成分信息。根据最近的一项全球民意调查，全球 74% 的消费者希望公司提供关于其产品和服务的产品透明度。[i]

“我为庄臣员工为实现全球成分透明度所做的奉献和工作感到非常自豪，”Johnson 说。“通过这些努力，庄臣继续努力赢得消费者的好感。作为一家家族企业，我们致力于尊重这些价值观并维护这种信任。”

“近年来，我们看到在成分透明度领域发生了很多转变，”3BL Media and TriplePundit 高级编辑 Mary Mazzoni 说。“例如，消费者现在关心他们购买的产品中的成分、这些成分将如何影响他们的个人健康，并且越来越多关心如何影响环境健康。”

为全球消费者提供信息

庄臣的全球成分透明度计划现在以 35 种语言为世界上几乎每个国家的 8,700 多种产品提供信息。通过实现这一重要承诺，庄臣现在能够为近 60 亿消费者提供无与伦比的渠道，为公司的许多标志性品牌提供一份全面的产品成分清单。

任何想知道庄臣产品中包含什么成分以及原因的人，都可以在 WhatsInsideSCJohnson.com 上获得所有详细信息 – 内容用清晰明了的术语书写，包括每种成分的用途。这个简单、易于导航、对移动设备友好的平台使消费者能够调出他们正在考虑的产品，查看以清晰易懂的格式列出的成分，并最终做出适合他们家庭的选择。

凭借其独特的全球覆盖，庄臣再次提高了行业的门槛，同时为世界各地更多消费者提供了他们做出明智选择所需的工具和信息。庄臣鼓励其他公司加入到向世界各地的消费者披露其成分的行列。

香氛透明度领导者

香氛行业目前使用国际香氛协会 (IFRA) 批准的 3,700 种香氛成分。2012 年，庄臣进一步对香氛成分进行了评估，推出了专属的香氛调色板，将庄臣产品中使用的可接受的香氛成分从 3,700 种减少到约 1,300 种。

2015 年，庄臣成为首家与核心香氛供应商合作披露产品特定香氛成分的美国 CPG 公司。这使得香氛行业发生了翻天覆地的变化，使得下至成分层面都有了更高的香氛成分的透明度。

庄臣于 2018 年成为首家在全球范围内披露其品牌组合中香水成分占产品配方的比例降至 0.01% 的大型 CPG 公司。这一举措延续了该公司长达 10 年的努力变革行业透明度的历程。

过敏原透明度

2017 年，庄臣履行了在其成分网站上按照产品披露了 368 种潜在皮肤过敏原的承诺。这种透明度远超当前的监管和行业标准。其他公司也使用类似的成分，但只按照欧盟 26 项监管要求进行披露，其中这些要求只需要公司列出 26 种潜在的=皮肤过敏原。庄臣非常谨慎地使用具有潜在皮肤过敏原的成分，确保用量低到极不太可能使人产生皮肤过敏或诱发皮肤过敏反应。

庄臣科学家分析了超过 3,000 份公共和行业来源数据集，其中包括在国家监管列表、香氛行业列表、欧洲消费者安全科学委员会的意见、皮肤病临床数据和单独供应商安全数据表中列出的潜在皮肤过敏原，以确定潜在皮肤过敏原成分综合列表。随后，公司分享了研究成果，目的是与皮肤病学、免疫毒理学、香料毒理学和过敏原方面的专家进行验证。

Greenlist™ 标准计划

在公司关于全面告诉人们它所使用的原料和做出选择背后的严谨科学依据的透明度承诺的基础上，庄臣在 2017 年开始公开分享公司的 Greenlist™ 成分选择计划背后的科学标准。Greenlist™ 计划通过选择能够更好地保护人类健康和环境的成分，帮助公司不断改进产品。现在人们可以详细地了解庄臣在选择产品所使用的每种成分时的严谨性。

庄臣的 Greenlist™ 计划已经指引着公司的产品开发接近二十年时间。每一种庄臣产品中的每种成分都通过严格的 Greenlist™ 计划进行审查，该计划的核心是就成分对人类健康和环境的潜在影响实施经同行评审的四步评估流程。Greenlist™ 计划在选择该公司使用的成分时兼顾危害和风险，以及确定可以在何种浓度下使用（如果可以使用的话）。其基础是持续地收集最佳数据，并以该公司不断改进产品的承诺为动力。

作为 Greenlist™ 计划的一部分，庄臣列出了其产品中不允许使用的一系列成分。该清单称为“不允许”清单。这包括大约 90 种材料类别中的 200 多种独特原料，以及 2,400 多种香氛材料。这些材料全都符合法律和法规要求，并且经常被业内其他公司使用 – 但它们只是不符合庄臣的标准。您可以在庄臣第 26 份年度可持续报告 –The Science Inside 中找到关于其 Greenlist™ 计划的更多信息。

行业领先地位

庄臣呼吁在联邦层面改革化学品管理规则，它是更新和使《联邦有毒物质控制法案》现代化的两党努力的早期支持者，从而制定一个可信的、以风险和科学为基础的联邦商业化学品管理计划，激发人们对消费品中使用的化学品安全的信心。庄臣是首批公开作证支持强化现有工具的 CPG 公司之一，这些工具可用于筛查商业中的所有化学品、评估高优先级物质的风险，并在必要时监管某些使用条件。2016 年，在《弗兰克劳滕伯格 21 世纪化学物质安全法案》签署生效后，庄臣被时任美国总统巴拉克·奥巴马挑选成为倡导这项改革的领导者。

庄臣还支持加州议会制定和立法通过《2017 年清洁产品知情权法案》，并与非政府组织、行业团体和地方立法机构合作推进信息披露立法。这项立法为消费者和机构空气护理、汽车、一般清洁、抛光和地板保养产品的制造商创建了一个全行业的成分沟通计划，它通过要求在产品标签上全面披露成分，并在制造商网站上加强披露，从而提高了消费者的成分透明度。

同样是在 2017 年，庄臣其许多受欢迎的美国品牌添加到 SmartLabel®。SmartLabel® 计划能让消费者轻松且即时访问关于产品的详细信息，就像在 WhatsInsideSCJohnson.com 网站上一样，从而他们可以对带

回家的产品做出明智的决定。通过为消费者提供更多的地方来查找关于其产品的信息，庄臣正在不断建立消费者的信任。

透明度 – 后续行动

履行了其成分披露承诺之后，庄臣并未止步。透明度将继续是一个优先事项，因为公司将通过提高透明度，继续努力成为业内最受信任的公司。

“我们的透明度远远不够，”Johnson 说。“透明度在我们的价值观中根深蒂固，有助于我们继续专注于如何作为一家全球性公司来运营，以赢得全球消费者的信任。”

庄臣简介

庄臣是一家致力于生产创新型高品质产品的家族企业，倾力打造卓越工作场所，长期致力于改善经营所在地的环境与社区事务。庄臣公司总部位于美国，是家用清洁产品行业以及家用储藏、空气清新、杀虫剂、皮鞋保养产品及专业产品领域的世界卓越制造商之一。庄臣旗下，在美国国内及其他地区运营的知名品牌包括 GLADE®、KIWI®、OFF!®、PLEDGE®、RAID®、SCRUBBING BUBBLES®、SHOUT®、WINDEX® 以及 ZIPLOC®，在美国境外运营的品牌包括 AUTAN®、BAYGON®、BRISE®、KABIKILLER®、KLEAR®、MR MUSCLE® 以及 RIDSECT®。公司历史长达 133 年，销售收入高达 100 亿美元，在全球雇用员工近 13,000 名，产品几乎在全球各个国家/地区均有销售。
www.scjohnson.com

---

[i] 2017 GlobeScan Radar