



概述

家庭和个人护理产品行业： 为实现自然受益型未来采取的优先行动

2023年9月

导言

家庭和个人护理产品行业对我们的日常生活起到了至关重要的作用。该行业的产品——从洗发水和美容产品到洗涤剂和消毒剂，让我们的日常生活和环境更加卫生、便捷和美观，极大地提升了我们的福祉和生活质量。

这一行业的年收入高达7000亿美元，¹然而，这有时是以牺牲自然为代价的。例如，仅化妆品行业每年就生产1200亿件包装；其次，棕榈油作为许多化妆品和洗涤剂的常见成分，在2000年至2018年间，其生产所导致的毁林占全球毁林总量的7%。^{2,3,4}因此，家庭和个人护理产品行业的生产运营应在安全和公平的地球系统边界内，并为构建自然受益、净零排放的未来做出贡献。¹

来自这一行业的许多企业已经开始自然和气候做出承诺。然而，我们还有更多的工作要做。由于造成土地转换和与采摘植物原料和原材料（如棕榈油和油菜）有关的毁林，通过其供应链，家庭和个人护理产品行业依然在导致自然和生物多样性丧失。家庭和个人护理产品的制造和下游使用也会消耗大量的水资源，如果管理不当，可能会污染土壤、淡水和海洋，特别是造成塑料污染。

和大多数其他行业一样，家庭和个人护理产品公司的运营和发展也依赖于大自然。例如，美容和化妆品公司在很大程度上依赖于生物多样性，包括采自野生植物和栽培植物的原料，其中可能包括罕见或非商业化的物种。因此，自然和生物多样性丧失是该行业面临的一个关键风险。此外，监管机构将很快开始要求公司披露与自然有关的信息。

在已经实施的可持续举措的基础上，企业需要进行评估、承诺、转型和披露（[ACT-D](#)关于自然的战略性商业行动）。他们应当认识到自然对其业务的价值；评估和衡量其业务对自然的影响和依赖；设定透明、有时限、基于科学的目标；采取行动解决其关键影响和依赖性；并公开披露成果和其他与自然有关的信息。

本概述在行业层面上描述其对自然的潜在关键影响和依赖性。ⁱⁱⁱ重要的是，它还提出了所有企业现在应采取的优先行动，以实现转型，并确保家庭和个人护理行业在2030年之前在阻止和扭转自然和生物多样性丧失方面发挥其作用——这也是《[昆明-蒙特利尔全球生物多样性框架](#)》的核心使命。

本概述的范围

家庭和个人护理产品行业（[SICs代码](#):CG-HP）包括生产各种个人和商业消费产品的公司，包括化妆品、家用和工业清洁用品、肥皂和洗涤剂、卫生纸制品、家用电池、剃须刀和厨房用具。

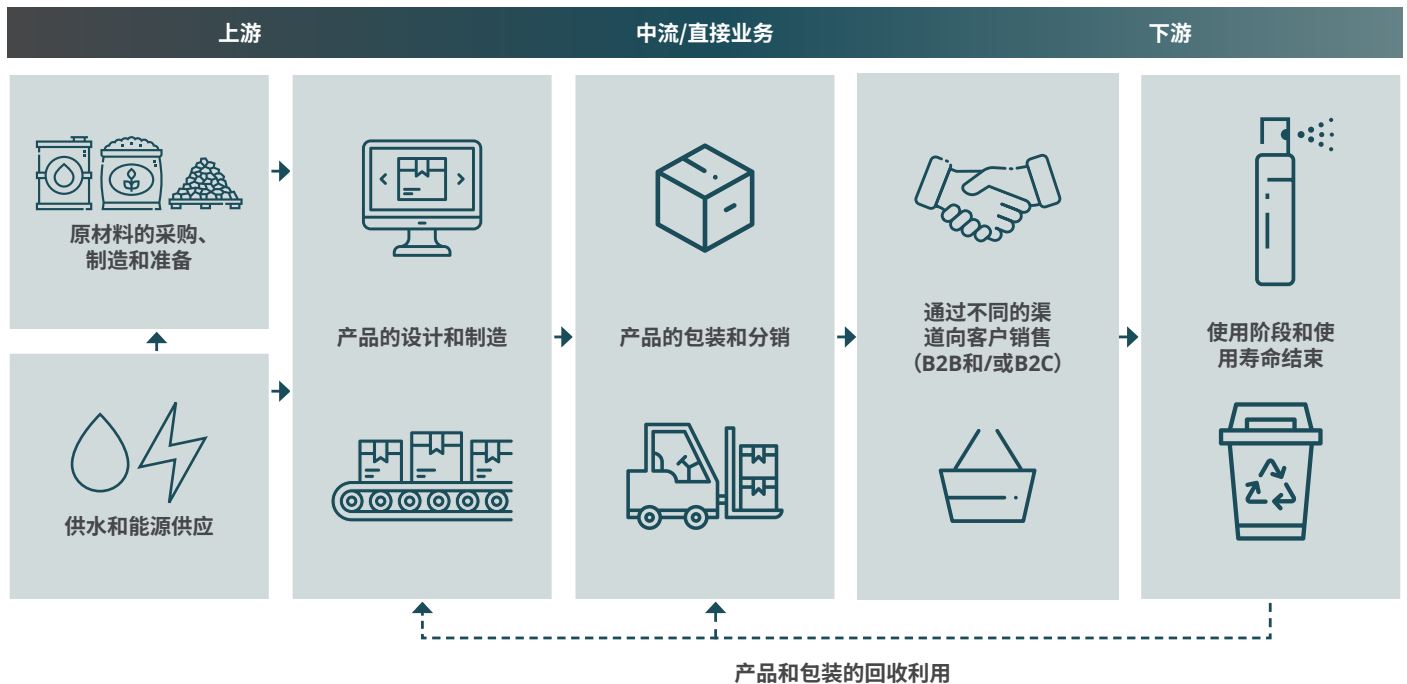


¹ 2023年5月，地球委员会（*The Earth Commission*）发布了首份关于安全和公平地球系统边界的量化报告，该报告由全球40多位研究人员共同开发。见《[安全和公平地球系统边界](#)》（自然，2023年）。

ⁱⁱ 制定了净零目标并对生物多样性做出承诺的公司包括宝洁、欧莱雅、联合利华、雅诗兰黛等。欲了解更多详情，请参阅世界经济论坛关于家庭和个人护理产品行业转型的完整报告。

ⁱⁱⁱ 分析主要基于ENCORE和SBTN行业重要性工具。其他来源包括CDP水监测、WWF水风险评估工具和生物多样性风险评估工具、大量的桌面研究、学术评论、特定公司的见解和评估、*Oliver Wyman*和*Oliver Wyman 3D Carbon Accounting*的分析、世界经济论坛对工艺流程和行业的分析、以及行业专家的采访。关于影响和依赖性的术语与[TNFD的影响驱动因素和依赖性类别](#)一致。

家庭和个人护理产品的价值链(如本概述所述)



自然相关影响

为了保护和改善该行业所依赖的生态系统,家庭和个人护理产品行业的企业应更加关注如何降低对自然所产生的最重大影响,包括在其生产运营环节和价值链中,即:^{iv}

• **水的使用和其他资源的消耗**-该行业在整个价值链中使用和消耗大量的水资源,因此该行业的CDP水监测影响评级为“危急”(最高级别)。^v水资源不仅用于上游生产和加工给料以及提取原材料环节,也被用于在中游的产品制造环节中,处理和稀释废物流。此外,水也被用作产品的成分以及下游用途。当这些水资源重新回归供水系统时,它们质量有时会低于初始状态。

此外,该行业在上游生产过程中也大量消耗化石燃料和植物资源。美容和化妆品中所使用的植物原料的采集过程,可能直接影响植物生物多样性,这取决于收集过程中的生态可持续性和资源管理实践。

• **土地利用的变化** - 通过采矿和农业活动,生产可再生和非可再生给料和原材料可能会导致土地转换、毁林和土壤退化。这会破坏栖息地和生态系统,导致生物多样性丧失,降低土壤肥力,并对当地社区和原住民产生不利影响。

• **污染** - 污染问题贯穿该行业价值链的各个阶段。从上游原料生产到中游制造活动,常常伴随有害或有毒化学物质的排放污染了大气、土地和水源,这些污染物包括表面活性剂、过量的营养物质和固体颗粒物,例如微塑料。在产品的下游使用阶段,来自包装和微塑料的塑料污染进入废物流并最终进入海洋,危害陆地和水生物种。

• **温室气体(GHG)排放** - 家庭和个人护理行业在整个价值链中都会产生温室气体排放;例如,其范围3的排放量占消费者核心行业总排放强度的约80%。^{vi, vii}单是塑料生产就造成了全球温室气体排放量的3.4%⁶;这甚至超过了航空业的碳足迹(温室气体排放量的2%)。⁷产品下游使用阶段也是一个重要的温室气体排放源。例如,联合利华报告称,在其排放量中,有三分之二发生在“产品离开货架和我们的消费者回家的使用过程中”。⁸

^{iv} 该行业对自然的影响有90%以上体现在其供应链中。请参阅《[从源头开始:供应链的可持续性](#)》(McKinsey, 2016年)。

^v 范围3的排放量是指在公司供应链中发生的间接温室气体排放量,但该排放量在该组织直接控制范围之外。这些排放由与公司的产品、服务或运营相关的活动产生,包括供应商、客户和其他利益相关者的活动。

^{vi} 二氧化碳当量吨/百万美元收入。

^{vii} 消费者核心行业包括农业和家用产品行业。请参阅《[投资者需要了解的范围1、2和3排放](#)》(Man Institute, 2022年)。

自然相关依赖性

像许多行业一样，家庭和个人护理产品行业依赖于环境资产和生态系统服务来运作和发展。特别是，家庭和个人护理产品行业的企业在很大程度上依赖于：

- **淡水** - 该行业依赖淡水作为一种重要的资源。水资源短缺可能成为该行业的一个关键问题，据估计，水资源的真实成本比企业报告的成本高3到5倍。
- **生物质供应** - 该行业还依赖于多种大宗商品，如棕榈油、油菜籽油和植物提取物等天然成分。例如，Firmenich是一家跨国调味品、香氛和化妆品活性成分制造商；它依靠来自世界各地的430多种不同物种。⁹此外，该行业对土地的依赖性也极高，种植和采集作物和植物作为原料。

这些依赖性进一步强调了投资保护和恢复自然的商业价值。



优先行动和机遇

为了降低该行业对自然的负面影响,减轻对其运营的风险,并挖掘商业机遇,家庭和个人护理产品行业的公司应优先采取以下五项关键行动:

1.改进整个价值链的水管理 - 减少水的消耗和污染,以保护自然资源,并最大限度的减少由于水供应和水质下降所带来的日益增加的风险。改善地表水和地下水管理的关键手段包括评估和优先处理与水有关的重大风险,完成全面的水资源审计,改进制造流程,回收废水,与客户合作减少下游用水和污染,以及推进流域的恢复工作。诸如[世界资源研究所\(WRI\)的Aqueduct™](#)、[世界自然基金会的水风险评估工具](#)以及[基于科学的目标网络\(SBTN\)](#)等工具关于设定淡水目标的方法,均可以帮助公司评估、优先考虑和处理与水有关的重要性风险。

2.负责任地采购原料, (在仔细评估权衡后) 选择可持续的生物基或其他可再生材料替代原料与现有的供应商合作,改变生产技术,以避免不必要的用水,防止毁林并保护栖息地。在采购标准和供应商评估中,将与自然有关的考虑因素纳入采购标准和供应商评估,例如,承诺不毁林、使用经核证的原材料、选择非濒危和非过度开发的原材料。^{viii}支持供应商和农民,并与当地社区合作,促进可持续和可再生农业,以及其他支持生物多样性的做法。提供更多的透明度和产品成分的可追溯性,有利于更好的获取和分析对自然的负面影响和依赖性;这反过来也将改善评估每个最终产品自然足迹的方法。

此外,探索使用生物或其他可再生原料,以减少对化石燃料、生态毒性和(潜在的)合成过敏原的依赖。¹⁰然而,这种转变必须考虑到诸如土地使用管理,以及对自然、生物多样性和当地社区的影响等因素。在选择生物原料与石化原料时,需要对它们的环境影响进行整体性评估,做出均衡考虑,实现“净零排放”和“自然受益”,以解决可能出现的权衡利弊问题。¹¹

3.通过教育和提高透明度来改变客户在产品使用和处置方面的行为 - [伦理生物贸易联盟\(UEBT\)生物多样性水平调查](#)显示,生物多样性危机已成为消费者高度关注的问题,大多数消费者都希望公司采取行动保护大自然。¹²如果公司加大力度保护自然,便能够从消费者对自然受益型产品的偏好中获利。主要手段包括提供更多的透明度,使消费者能够做出明智的决定,提供有关产品最可持续使用的教育信息(例如,所需的水量或剂量大小),促进消费行为和理念的转变,以减少不必要的消费和下游污染,并与B2B市场的下游零售合作伙伴合作。

4.通过投资负责任的商业实践和基于自然的解决方案(NbS)来支持自然保护和恢复 - 通过改进供应链管理,在公司的直接运营或价值链之外开展活动,并参与全球性的环保举措(如参与清理工作或植树活动),或者支持创新的自然融资机制(如为生态系统服务付费或投资于自然恢复基金),从而为地方性自然保护和恢复努力做出贡献。同时,与环保非政府组织、政府机构和当地社区合作,落实环境保护和社会保障措施,确保这些举措能够有效实施。

5.扩大循环经济模式,提供可持续的产品和包装,并积极参与集体性的举措和政策倡导 - 在生产过程中尽可能的回收利用水资源和能源,采用创新的包装设计和可重复充装产品,并推动有效的回收和废物管理机制,以实现向循环经济转型。投资于注重自然的产品(如无水配方或无需冲洗产品)的研发,以开拓新的市场领域。

与政策制定者合作,支持推进循环化的先进政策,例如支持正在进行的[联合国塑料污染条约](#)的谈判。减少塑料污染已经成为许多企业议程的重中之重——例如,消除微粒和微塑料,减少包装用量,推出可重复充装的商业模式,加强回收利用,并探索创新的替代包装材料。^{ix}据估计,只要重复使用10%至20%的塑料包装,每年就可以防止大约一半的塑料废物进入海洋。¹³

实施这些优先行动和推动行业转型的过程中,公正和公平原则至关重要,这意味着与受这些转型影响的群体,如雇员、当地社区、原住民和被边缘化的社区,进行有意义的对话。

采取优先行动可以帮助企业为社会和环境目标做出贡献,包括全球环境目标生物多样性框架(GBF)和可持续发展目标(SDG)。
[阅读GBF-SDG映射,了解优先行动如何有助于实现这些目标。](#)

^{viii} 如要获取有关指南,请参阅[《遵守濒危野生动植物物种国际贸易公约》\(CITES\)](#)、[《准入和利益分享\(ABS\)合规》](#)、[《UEBT采购和相关证书》](#)、[《可持续棕榈油圆桌证书\(RSPO\)》](#)和[“NDPE\(无森林砍伐、无泥煤、无剥削\)”承诺](#)。

^{ix} 有关生物基可生物降解塑料的更多详细信息,请参阅[《WWF的立场:生物基和可生物降解的塑料》\(WWF, 2021年\)](#)。

资源

本概述源自世界经济论坛的报告《[自然受益型经济：家庭和个人护理产品行业的角色](#)》(2023年)。

目前，家庭和个人护理产品行业的企业可以获得以下行业特定的分析、指南和工具：

- [《消费产业的“净零排放”指南》](#) (消费品论坛, 2022年)
- [《消除塑料污染的设计》](#) (埃伦·麦卡瑟基金会)
- [资料表：《化妆品行业与生物多样性》](#) (欧洲商业和生物多样性运动, 2020年)
- [《基于尊重人类和生物多样性的原则采购植物产品》](#) (UEBT, 2022年)

- [《改变的勇气》](#) (英国美容委员会, 2020年)
- [《化妆品行业的生物多样性》](#) (美容护理/美容企业联合会, 2022年)
- [《可重复使用消费模式的未来》](#) (世界经济论坛, 2021年)
- [《西加特地区生物多样性、香料行业的整合》](#) (印度商业和生物多样性倡议, 2019年)

若要了解更多的行业知识资源，请参阅Business for Nature的[《关于自然的高级别商业行动》](#)。

贡献方与工作人员名单

作者(按字母顺序排列)：

Akanksha Khatri, 自然行动议程主任, 世界经济论坛

Jennifer Tsim, 合作人, Oliver Wyman

Katie Mawdsley, 咨询顾问, Oliver Wyman

Robert Bailey, 合作人, Oliver Wyman

Sebastian Gerlach, 项目经理, Oliver Wyman

Xinqing Lu, 自然领军者社区负责人, 世界经济论坛

致谢：

此外，还特别感谢许多领先的学术界、行业界、非政府组织和政府专家；感谢他们提供了宝贵的见解(按字母顺序排列)：Business for Nature (BfN)、资本联盟、Croda International、Firmenich、Ginkgo Bioworks、Givaudan、Henkel、H&M集团、欧莱雅、Natura & Co、Procter & Gamble、Sederma、TerraCycle & Loop、道德生物贸易联盟(UEBT)、联合国环境规划署融资倡议(UNEPFI)和世界可持续发展商业理事会。(我们还要感谢来自世界经济论坛的Xinqing Lu和Susan Hu帮助我们翻译这份概述。)

参考资料

¹ 欧睿国际数据来自贸易来源/国家统计局(欧睿, 2022年)。

² 根据回收公司TerraCycle的资料(《卫报》引用)。

³ [《棕榈油概述》](#)(WWF)。

⁴ [《FRA 2020年遥感调查》](#)(联合国粮食及农业组织, 2022年)。

⁵ [CDP水监测](#)。

⁶ [《全球塑料展望：经济驱动因素、环境影响和政策选择》](#)(经济合作与发展组织 - OECD, 2022年)。

⁷ [《航空业概述》](#)(IEA)。

⁸ [联合利华公司的数据](#)。

⁹ [Firmenich公司的数据](#)。

¹⁰ [《生物化妆品：技术进步和未来前景》](#)(环境科学与污染研究, 2021年)。

¹¹ [《理事会关于评估生物基产品可持续性的建议》](#)(OECD, 2022年)。

¹² [《UEBT生物多样性水平调查：2022年生物多样性计算》](#)(UEBT, 2022年)。

¹³ [《可重复使用消费模式的未来》](#)(WEF, 2021年)。

