



# MUJI

無印良品

感觉良好的  
生活和社会

2025 可持续发展回顾

# CONTENTS

## 营造感觉良好的生活和社会 5

### 01 MUJI 的可持续发展历程

关于 MUJI 無印良品	8
MUJI 中国 20 年历程回顾	10
可持续发展足迹	12
2025 年度可持续发展关键词	14
荣誉与认可	16
可持续发展愿景	18

### 02 可持续生活方式的构建

原材料的选择	24
凝聚自然之力的商品	30
建立与顾客真挚的链接与互动	38
可持续生活方式的公众倡导	48
安心安全的商品和服务	56
寻找共创良好生态的同道	58

### 03 地域联结及社会公益的贡献

在地贡献	68
儿童关怀	70
环境保护	72

### 04 人本主义的践行

有归属感的职场环境	78
以人为本的高效治理	86

## 回归原点，思考未来 90

#### 关于可持续发展回顾

本报告由无印良品(上海)商业有限公司发布,总结了MUJI無印良品中国2025财年的可持续发展表现,报告内容仅覆盖中国大陆。

时间范围:2024年9月-2025年8月。为保持信息的连续性和完整性,部分内容超出上述时间。

指代说明:文中“MUJI”“公司”“我们”均指代MUJI無印良品中国,“集团”指代株式会社良品计划,“MUJI無印良品”“無印良品”均指代品牌名称。“2025财年”指代“2024年9月-2025年8月”。

延伸阅读:获取更多相关信息,请浏览官方网站:<https://www.muji.com.cn>

A photograph of white laundry, including a long-sleeved shirt and a pair of pants, hanging on a line outdoors. The background is a blurred green landscape under a clear blue sky. The laundry is bright white and appears to be in the process of drying.

**就像水和空气。**

**MUJI**  
無印良品

# 营造感觉良好的生活和社会

自创立以来，MUJI 無印良品始终秉持“着眼于人、自然与物品的理想共生关系，构筑身心富裕的人类社会”这一核心理念，通过商品、服务、店铺及各项活动，致力于为实现“感觉良好的生活和社会”作出贡献。在中国，我们以“自然的力量”为原点，深耕本地，于日常点滴中为消费者提供切实所需，持续营造富有温度的生活体验。2025年，MUJI 围绕三大可持续发展愿景持续赋能，推进“可持续生活方式的构建”“地域联结与社会公益的贡献”以及“人本主义的践行”。在此基础上，我们不断深化理念与实践的融合，以更具体、更长期的行动，共同营造感觉良好的生活和社会。

## 可持续生活方式的构建

MUJI “以顾客为中心”，除了满足生活所需，更致力于与消费者共同构建可持续的生活方式。我们始终坚持“原材料的选择、工序的改善、包装的简化”三大原则，开发对环境友好，对人们日常生活持久耐用的商品，并通过本地化开发与生产，唤起消费者对保护生活环境的关注与行动。同时携手价值链伙伴，共建可持续商业生态，真诚营造良感生活。

## 地域联结及社会公益的贡献

MUJI 不止于商品零售，更致力于洞察生活细节，回应社会课题。在中国，我们以店铺为窗口，以商品为载体，持续深化地域联结，向社会传递公益价值。通过本地化战略助力产业发展，守护地域文化，并长期聚焦儿童关怀与自然环境保护，在点滴积累中与社区共筑良感社会。

## 人本主义的践行

MUJI 坚持以人为本，致力于成为令员工自豪和幸福的公司。我们保障员工权益，构建多元平等包容的职场生态，通过本地化人才培养，拓宽职业发展路径，为员工创造持续成长的空间。同时，推动高效、透明且安全的公司治理，在稳健经营中赋能员工实现自我价值，共同推动可持续发展。

二十载相伴同行，MUJI 与中国消费者同频共振，在时光中沉淀信任，于日常里传递美好。面向未来，MUJI 将继续深耕中国市场，坚守品牌初心与可持续理念。我们将携手所有伙伴及利益相关方，持续推进本地化共创，以实际行动共同营造感觉良好的生活和社会。

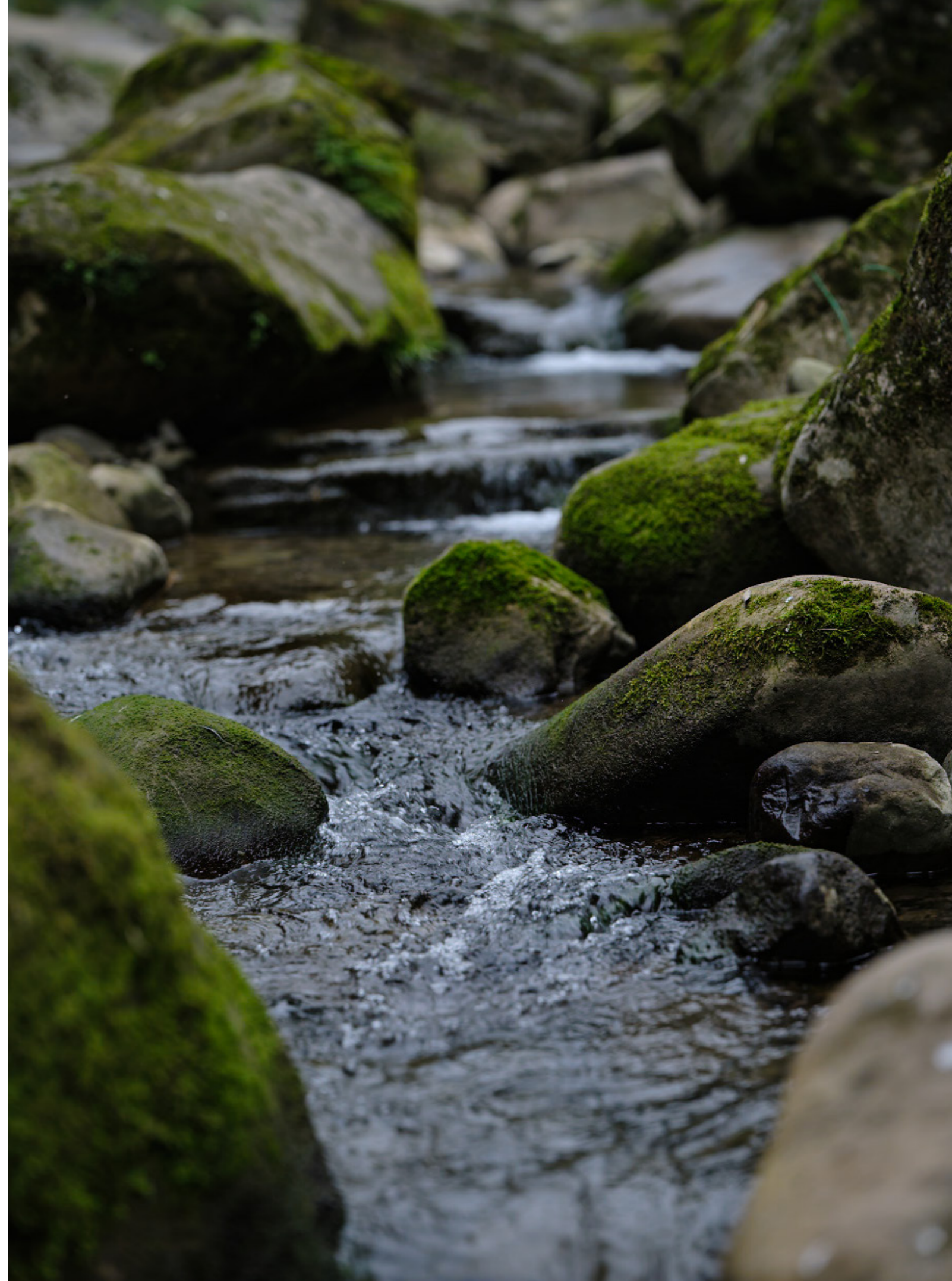


# 01

## MUJI 可持续发展历程

自 2005 年进入中国大陆，MUJI 無印良品始终以“感觉良好的生活和社会”为核心理念，与这片土地展开持续对话。贯穿二十载发展历程，MUJI 坚守创立之初的三大基本原则，并依托不断深化的本土实践，持续探索契合中国社会语境的可持续经营方式。

本章系统梳理 MUJI 中国的可持续发展之路——从愿景的确立，到覆盖商品、店铺、服务及事业活动的“可持续发展足迹”的全面展开。在此过程中，MUJI 与消费者建立深度联结，并携手本地产业链与社会各方力量，共同为“感觉良好的社会”在中国落地生根贡献力量。



# 关于 MUJI 無印良品

1980年MUJI無印良品诞生于日本，主推服装、生活杂货、食品等各类优质商品。其出发点是通过简化生产流程，创造出简洁、舒适、价格合理的产品。一直以来，無印良品把【**通过着眼于“人、自然与物品的理想共生关系及身心富裕的人类社会”的商品、服务、店铺和各项活动，为实现“感觉良好的生活和社会”做贡献**】作为企业理念，自始至终坚持三个基本原则：原材料的选择、工序的改善、包装的简化。

自1980年发展至今，MUJI無印良品持续在不同的领域探索、创新，商品种类也不断扩大。集团的事业逐步涵盖制造与零售、餐饮、建筑与空间设计、住宿、IDÉE在内的多个方面，开展了包括Café&Meal MUJI、MUJI Diner、MUJI HOTEL、ReMUJI等在内的一系列业务，并积极实施致力于地域与社会贡献的活动，包括资源循环、防灾、医疗保健、地区振兴、文化艺术及传统继承、新能源等。如今，無印良品的店铺遍布全世界28个国家和地区，全球店铺数量超过了1,400家，商品种类也遍及服装、生活杂货、食品乃至家居领域。但無印良品的理念基础自诞生以来从未改变，如同一个基本方针，始终指引我们关注日常生活中最基本和最普遍的需求。



三个基本原则



2005年，MUJI無印良品进入中国大陆地区，并逐步扩大商品的品类及业务范围。为满足中国消费者需求，自2019年，我们开始开发中国本地商品，例如宠物用品系列、户外系列、凉柔系列、暖柔系列、口袋零食系列等。截至2025年12月，MUJI在中国大陆地区的82个城市开设了435家店铺，并设有12家大型旗舰店和12家餐饮店铺。

MUJI無印良品的初心，从不局限于用朴素的商品与真诚的服务，点亮人们简约美好的日常。我们更愿立足当下、望向长远，主动思考社会与人类共同面临的各类议题，以深思熟虑的考量、无微不至的行动，串联起生活细微与全球未来的联结。“MUJI無印良品”不仅是一个品牌符号，更是我们践行理念的载体，每一份实际行动，都在为构建更美好的社会，传递温暖与力量。

中国大陆地区开设店铺位于

**82**个城市

开设店铺

**435**家 

## 线下业态

零售

**MUJI** 無印良品

餐饮

**MUJI Diner**  
無印良品 餐厅

**Café & Meal MUJI**

**Café MUJI**

酒店

**MUJI HOTEL**

## 中国特色线上生态

电商平台

- 官方商城
- 天猫
- 京东
- 抖音

即时零售

- 美团
- 淘宝闪购
- 京东秒送

本地生活

抖音

# MUJI 中国 20 年历程回顾<sup>1</sup>

MUJI 深耕中国市场二十年，见证了中国经济的蓬勃发展与生活方式的多元演进。我们所倡导的价值理念，与中国市场及广大消费者形成了深度共鸣。如今的 MUJI，早已超越品牌本身，成为良感生活的具象投射。那些融入日常的商品、备受喜爱的生活方式，在平凡的时光里传递着关于舒适、秩序与松弛的共鸣，陪伴在每一个日常瞬间，成为中国消费者良感生活的一部分，也是 MUJI 的长久心愿。

- 株式会社良品计划在中国上海设立全资子公司——无印良品（上海）商业有限公司
- 同年，中国大陆首家无印良品店铺南京西路店在上海开业



## 2005

- 天猫“无印良品 MUJI 官方旗舰店”正式运营
- 中国首家旗舰店，成都远洋太古里世界旗舰店开业，首次引入 Café&Meal MUJI



## 2014

- 中国大陆地区店铺数突破 200 家



## 2016

- 全球首家 MUJI HOTEL 在中国深圳开业
- 同年 MUJI HOTEL BEIJING 在北京坊正式亮相



## 2018

- 中国大陆区店铺数达 100 家
- FOUND MUJI 在中国展开
- 官方网络商城正式运营



## 2013

- 上海淮海 755 世界旗舰店开业
- 首次引入 MUJI BOOKS 和 Open MUJI



## 2015

- 首家 MUJI Diner 于上海淮海 755 世界旗舰店开业



## 2017

- 中国本地商品开发启动
- 昆明顺城城市旗舰店开业，首次导入蔬果鲜花业态



## 2019

- MUJI 首家机场餐厅于深圳宝安国际机场 T3 航站楼远机位正式开业
- 通过产线设备升级，赋能当地企业，推出十八洞村山泉水系列
- 无印相伴系列活动展开，关注儿童关怀、地域联结、环境保护等社会公益



## 2020

- 首次推出宠物用品系列



## 2022

- 首家农场概念店，上海外滩太古里城市旗舰店开业
- 首家可持续概念店，上海静安嘉里店开业
- MUJI 首次亮相中国国际进口博览会
- 扩大大地素材溯源与开发，陆续推出 OBP 海洋再生素材、大豆蛋白复合纤维、汉麻、羊绒系列
- MUJI VOLUNTEER（无印相伴志愿服务队）正式成立



## 2023

- 国内最大旗舰店，北京朝阳大悦城城市旗舰店开业
- 中国大陆地区店铺突破 400 家
- 抖音 MUJI 无印良品官方旗舰店正式运营
- MUJI CYCLE 项目正式开展，推动资源循环与再利用



## 2024

- 携手首位“MUJI Friend”金城武，发布 2025 春夏汉麻系列服装
- MUJI APP 上线
- 品牌讯息“就像水和空气”全新发布



## 2025

# MUJI's 20-YEAR JOURNEY

<sup>1</sup> 2005-2025 历程回顾中提到的“首家”“首次”表述，如无特殊说明，均默认为仅指中国大陆范围内的首创性，不包含中国港澳台地区及其他国家或地区的同类情况。

# SUSTAINABILITY LANDSCAPE

## 可持续发展足迹

- 無印相伴公益活动
- MUJI FARM
- 商品溯源
- 环保材料使用店铺
- MUJI CYCLE 开展店铺

### 無印相伴公益活动

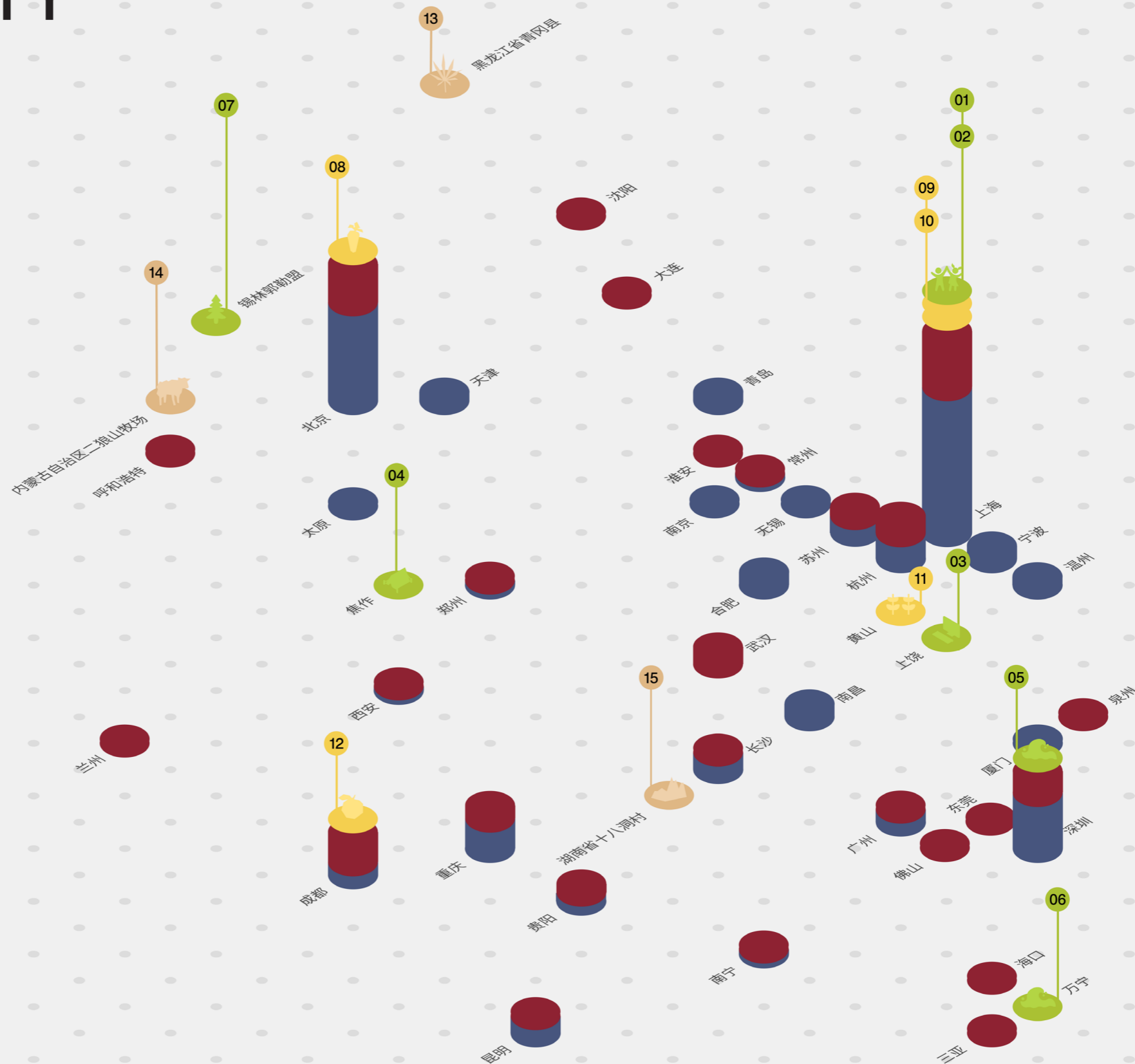
- 01 上海市 | 【無印相伴, 与你“童”在】系列
- 02 上海市 | 【無印相伴, 爱传递】再生电脑教室系列
- 03 江西省上饶市 | 【無印相伴, 爱传递】再生电脑教室系列
- 04 河南省焦作市大南坡 | 【無印相伴, 与你“童”行】系列
- 05 广东省深圳市 | 【無印相伴, 守护蔚蓝】系列
- 06 海南省万宁市 | 【無印相伴, 守护蔚蓝】系列
- 07 内蒙古自治区锡林郭勒盟 | 【無印同行, 共造松林】系列

### MUJI FARM

- 08 北京市 | 万达农场
- 09 上海市 | 九善农场
- 10 上海市 | 百欧欢农场
- 11 安徽省黄山市 | 七约生态农场
- 12 四川省成都市铁牛村 | 阿柑生态果园

### 商品溯源

- 13 黑龙江省青冈县 | 汉麻
- 14 内蒙古自治区二狼山牧场 | 羊毛羊绒
- 15 湖南省十八洞村 | 山泉水



# 年度可持续发展关键词

## 店铺与商品

新增环保材料使用店铺

37 家 

环保材料使用店铺共计

64 家 

2025 年 4 月至 2026 年 2 月，MUJI 新增 37 家环保材料使用店铺<sup>1</sup>，累计开设 64 家环保材料使用店铺。

生活杂货中本地开发商品占比超过

70% 

目前，特别是在生活杂货和食品领域，中国本地开发商品的销售表现良好，生活杂货中本地开发商品占比超过 70%。

## 公益影响

累计受益人群

58,000 余人次

影响力累计覆盖人群

7,300 万余人次

截至 2026 年 1 月，MUJI 开展的社会公益类活动累计受益人群 58,000 余人次，影响力累计覆盖人群 7,300 万余人次<sup>2</sup>。



# KEYWORDS 2025

## 人本主义

MUJI 中国员工总数

11,129 人

店铺员工人数

10,777 人 

本地化员工比例超过

99.9%

女性员工比例

71% 

2025 财年末，MUJI 中国的员工总数达 11,129 人，店铺员工人数达 10,777 人。本地化员工比例超过 99.9%，本地化人才队伍稳步壮大。

MUJI 秉持多元、平等与包容的理念，构建女性友好的职场环境。在正式员工中，女性比例约 71%。

## 公司治理

双体系整合认证

ISO 27001 ISO 27701

2025 年，MUJI 全面优化安全治理体系，完成 ISO 27001 与 ISO 27701 双体系整合认证，让信息安全的基础更加稳固。

1 环保材料使用店铺所使用的材料包括但不限于，低 VOC (Volatile Organic Compounds, 挥发性有机化合物) 涂料、硅藻泥、回收铁板等。  
2 社会公益类活动影响力覆盖人群指公益项目线下活动的实际参与者，及通过线上传播，包括但不限于各媒体平台图 / 文 / 视频等形式，所影响的人群。

# 荣誉与认可

## 品牌价值与可持续实践

2025 年企业 ESG 优秀案例

生态环境部宣教中心

2025 年度 ESG 创新实践案例

南方都市报

2025 外资企业融入双循环典型案例  
ESG 实践板块奖

国际商报

2025 中国消费市场绿色低碳  
“年度十大案例”

每日经济新闻

第八届中国国际进口博览会  
消费品展区十佳展商

中国国际进口博览局

2025 高品质消费品牌 TOP100  
年度十大高品质消费品牌

南方都市报

“她责任”企业品牌

中国慈善家杂志

2025 有意思品牌

中国新闻周刊

# AWARDS

## 店铺空间设计

2025 缪斯室内设计  
金奖(旗舰店)及银奖(零售)

美国国际奖项协会

第十六届亚太设计  
精英邀请赛方案类 金奖

APDC 亚太设计中心

2025 第十三届 ID+G  
金创意奖国际空间设计  
大赛专业奖  
商业展示金奖

金创意奖国际组委会

## 公司治理与知识产权保护

中国杰出雇主 2026  
TOP EMPLOYERS  
2026

雇主调研机构  
Top Employers Institute

2025 年中国知识产权保  
护优质企业 Top100

知产宝 & 知产力

知育奖

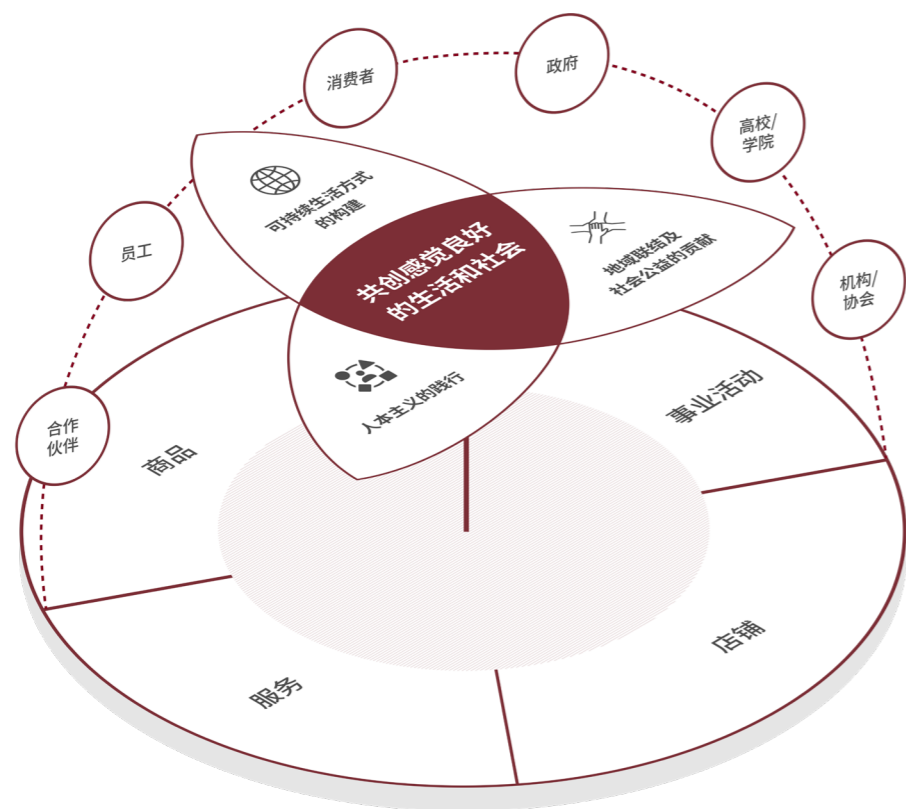
阿里巴巴打假联盟 (AACA)



## 可持续发展愿景

MUJI 無印良品中国以集团可持续发展战略为基石，扎根中国，回应本土期待。构建了以“共创感觉良好的生活和社会”为核心的本地化愿景体系。

在商品、店铺、服务与各项事业活动中，我们致力于探索人、自然与物品的理想共生关系，持续创造感觉良好的生活，旨在与各利益相关方携手，共同构建一个身心富裕的中国良感社会。



### 可持续生活方式的构建

- 以良感生活为目标
- 从“商品倡导、服务体验、店铺传达、事业活动推进”四大维度全方位构建可持续生活方式

### 地域联结及社会公益的贡献

- 立足于中国文化特色，助力文化传承，共同推动地域的良好发展
- 着眼于中国社会性课题，发展社会公益；提升企业社会影响力，为良感社会做出贡献

### 人本主义的践行

- 关注员工成长与发展，多维度构建有温度的员工集体；共创富有“可持续幸福感”的企业文化
- 完善公司治理，健全制度规范，推动企业长远经营及核心价值赋能



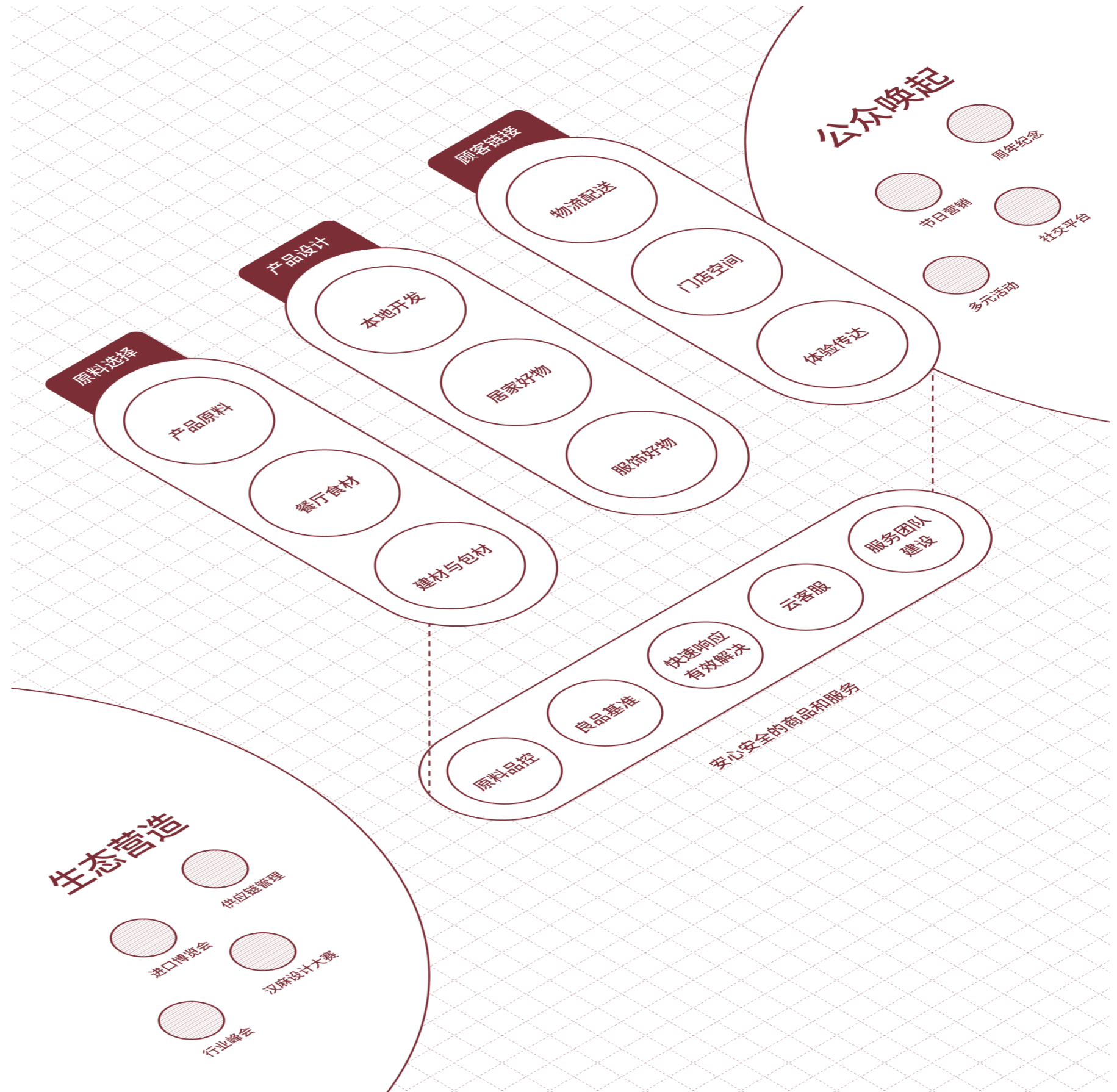
# 02

## 可持续生活方式 的构建

MUJI 無印良品以构建可持续生活方式为出发点，在与自然的相处中不断沉淀思考、深化认知，并将这份源于日常的感悟凝练为品牌理念——“自然的力量”。MUJI 怀揣对自然的敬畏之心，从原料选择到运营的各个环节，致力于降低对环境的影响。MUJI 为消费者打造蕴含自然力量的商品，以这些好物为载体传递可持续生活方式，并推动商业生态的可持续发展。



# Chapter 02



- 24 原材料的选择
- 30 凝聚自然之力的商品
- 38 建立与顾客真挚的链接与互动
- 48 可持续生活方式的公众倡导
- 56 安心安全的商品和服务
- 58 寻找共创良好生态的同道

## 原材料的选择

MUJI 始终回归商品开发的本质，重新审视日常中容易被忽略的材料可能性——那些品质无虞却仅因外观欠佳而被丢弃的原料、业务用材料、源自世界各地的本土素材。我们以实用性为首要考虑，将其转化为美味健康的食品、穿着舒适的衣物，以及贴近生活的杂货。从商品、餐厅到店铺建筑与包装，MUJI 持续探索并应用环境友好且根植于本地生态的原材料，让可持续价值从源头出发，贯穿商业生态的每一个环节。



### 环境及社会友好的商品原材料

MUJI 始终坚守“原材料的选择”这一核心原则，致力于降低商品对环境和动物的负面影响，以负责任的方式推进原材料采购。积极选择兼具伦理视角的“环保型材料”——在关注地球环境的同时，充分考虑动物福祉以及对生产者和地区的影响，让每一次选择都承载对自然与生命的敬意。

2025 年，中国本地开发商品中，采用经专业认证<sup>1</sup>原材料的生活杂货商品达 762 SKU<sup>2</sup>，衣服杂货商品达 1,552 SKU，以务实行动降低产品对自然环境的影响。

采用经专业认证原材料的  
生活杂货

762 SKU

衣服杂货

1,552 SKU

#### OBP

我们与供应链伙伴携手探索材料创新，深耕海洋再生素材的研发与应用，在保障产品原有质感的基础上，持续提升面料中再生素材的占比。同时，我们从原材料端开始溯源，严格要求面料供应商提供 GRS (Global Recycled Standard, 全球回收标准) 认证，确保原材料来源于 OBP (Ocean Bound Plastic, 趋海塑料) 素材，并在商品全链路都有迹可循。MUJI 持续开发 OBP 海洋再生素材系列商品，2025 财年累计使用 66,474kg OBP 回收塑料用于商品制造。其中，OBP 系列羊羔毛包与绗缝包单品，消耗 13,359kg 回收塑料，相较使用原生塑料，累计减少 29.6 吨碳排放<sup>3</sup>，让环保创新落地为可见的生态价值。



2025 财年回收塑料累计使用

66,474 kg ≈  276 万个 MUJI 山泉水瓶<sup>4</sup>

羊羔毛包与绗缝包累计减少碳排放

29.6 吨 ≈  1,617 棵树一年吸收的碳<sup>5</sup>

1 经认证的原材料指获得 GOTS(Global Organic Textile Standard) 认证、GRS(Global Recycled Standard) 认证、RDS(Responsible Down Standard) 认证等认证的原材料。统计范围为 2025 年所有在售中国本地开发商品。

2 SKU 即 Stock Keeping Unit, 库存单位

3 OBP 系列的碳减排量由回收趋海塑料避免的焚烧或填埋的碳排放量与原生塑料的碳排放量之和减去再生工艺的碳排放量所得，碳排放因子来源于团体标准 T/MTZH 001-2024、T/ACEF 060-2023 和供应商提供的产品环境足迹报告。

4 以 400 毫升 MUJI 山泉水瓶为例，重量为 24 克左右。

5 根据生态环境部数据，一棵树一年可吸收二氧化碳 18.3 千克。

6 MUJI 使用的汉麻在种植阶段的固碳量 (吸收并储存的 CO<sub>2</sub>)，与中国北方林地 (温带针阔混交林) 对比。以下数据来源于第三方汉麻纱线、有机棉纱线产品碳足迹分析报告及国际期刊文献。

7 生命周期碳足迹指“从摇篮到大门”阶段，包括种植阶段、纤维提取阶段及纺纱阶段。MUJI 使用的棉同样具备出色的环境效益，其“从摇篮到大门”碳足迹低于全球平均值。

#### 汉麻

汉麻兼具生态友好与出色材料性能，也因此成为 MUJI 关键的原材料之一。MUJI 选择的汉麻培育于中国黑龙江省，生长过程中几乎不需要使用农药、杀虫剂、肥料等，是一种对气候和土壤低负荷的环保植物。汉麻具备显著的固碳能力，每年每亩固碳量达 1,350-1,800 kgCO<sub>2</sub>，约等于当地常见林地的 3-4 倍<sup>6</sup>。对比 MUJI 使用的汉麻纱线与棉纱线生命周期各阶段碳足迹，汉麻纱线的碳足迹相较棉纱线降低了 13.11%<sup>7</sup>，环境表现优良，以自然材质的特性，为生态保护注入力量。



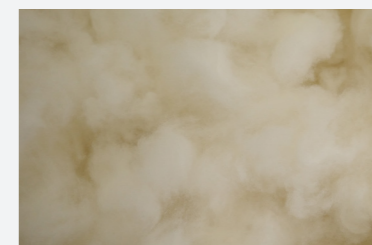
#### 用食材传递自然本味

MUJI 也将可持续理念融入餐厅食材甄选全程，要求原材料可溯源且对自然环境友好，以严苛标准守护饮食本真。我们在餐厅中使用云南咖啡豆、贵州铜仁抹茶粉等在地食材，以传递自然本味；选择无抗生素可生食鸡蛋及遵循天然放牧且可溯源的澳洲牛肉，持续丰富可持续食材谱系。

2025 年 5 月，首家 MUJI Gelato 导入杭州工联 CC 世界旗舰店，同年 12 月导入苏州万象天地店。MUJI Gelato 使用应季和中国当地食材，通过食物联结人与自然。

#### 羊绒

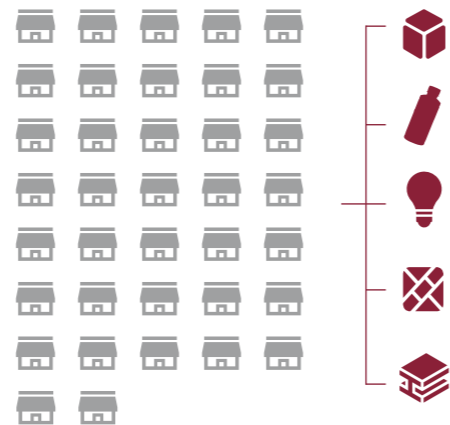
MUJI 在羊绒原材料选取中加入生物多样性保护与动物福祉的考量。我们取材于中国本土，选择来自内蒙古自治区二狼山牧场的优质羊毛羊绒作为原料，通过携手政府、供应商和牧民建立合作计划，推广可持续放牧、防止荒漠化，促进生物多样性良性发展。从品种选择，到对羊绒羊毛以“手工抓毛法”的方式收集，其中更有部分羊毛是专门收集的换毛季羊群自然脱落的绒毛，MUJI 将环境友好、动物友好的理念，深度融入羊绒产品生产开发的每一个环节。



### 环保建材的多样化深耕

MUJI 注重空间建造美学，更关注材料的生态足迹。我们持续推进环保材料的创新与应用，积极采用衣服砖、硅藻泥、旧窗框、回收鞋底地板、环保地砖等再生与低碳材料，以实际行动践行对环境的友善与守护。“零油漆”店铺亦是 MUJI 在环保材料使用上的重要探索。我们致力于打造无传统溶剂型油漆装修的店铺，采用无需油漆处理的建筑原色材料与零涂装货架，为消费者提供更加健康、纯净的购物空间。

2025 年 4 月至 2026 年 2 月，MUJI 新增 37 家环保材料使用店铺，此类店铺的建筑全生命周期<sup>1</sup>碳排放量相较传统店铺平均减碳 42% 以上。截至 2026 年 2 月，一共开设了 64 家环保材料使用店铺。



新增 37 家环保材料使用店铺

环保材料	来源工艺与环保价值
衣服砖	回收废旧衣服经纤维化处理，结合环保生物树脂压制而成，具有织物触感且吸音隔热。 
OBP 海洋再生素材	收集中国海岸线 50 公里内的塑料废弃物，再生为店铺的购物篮、衣架及模特。 
零涂装铝材	表面保留金属原色或通过物理研磨 / 阳极氧化处理，100% 可循环再生且无漆面污染。 
再生材料地板	使用回收鞋底或环保地砖，将消费后的废弃物转化为具有工业美感的地面材料。 
回收铝	旧店使用后的铝制材料，处理后在新店重新利用，实现装饰材料的资源循环。 

<sup>1</sup> 碳排放量评估包括以下三个阶段：建筑材料生产与运输阶段（内装工程部分）、建筑建设施工阶段、寿命结束阶段。

### 简化包装，采用绿色包材

MUJI 遵循“包装的简化”这一基本原则，不做渲染和过度包装，多采用统一包装并使用通用容器。店铺陈列的商品的简约包装上仅仅印刷着成分等基本信息或贴有标签。我们始终致力于节约地球资源、减少废弃物，并将这一理念贯彻于实际行动中。

MUJI 充分考虑包装对于环境的影响，杜绝使用含有有害化学物品的包装原材料，并通过与供应商签订声明书从源头确保包装材料的绿色安全。我们使用环保纸袋，并将吊牌穿绳更换为纸质素材；2025 年，在 H&B（健康与美妆）产品包装盒中 FSC<sup>®</sup> 认证纸张使用率达 43%<sup>2</sup>，其中，中国本地新开发彩妆产品的包装盒 100% 使用 FSC<sup>®</sup> 认证纸张，并在私模彩妆容器<sup>3</sup>中添加 30% 的 OBP 素材。

2025 财年，服装类产品包装脱塑率达 94.3%。未来，MUJI 将持续专注包装脱塑计划，推行绿色包装。



中国本地开发新彩妆产品的包装盒 FSC<sup>®</sup> 认证纸张使用率

100% 

服装类产品包装脱塑率 94.3% 



<sup>2</sup> 商品的全年销售量及期末库存量之和的比例。

<sup>3</sup> MUJI 独立设计并拥有外观专利的彩妆容器。

## 凝聚自然之力的商品

从创立之初起，MUJI 商品开发的基本思想方法始终如一，即“原材料的选择、工序的改善、包装的简化”。我们选择兼顾地球环境与生产者的原材料，在生产环节中杜绝浪费，力求以真正必要的形态，为顾客提供真正必需的商品，并积极推行本地化开发策略，持续不断地生产回归本质的商品。



### 本地化商品开发战略

MUJI 以可溯源的素材为主，打造支撑生活基础的商品。围绕四大要素进行商品企划：“维护地球环境的商品”“解决社会课题的商品”“不追求商品个性、而旨在彰显生活者个性的商品”“从文化与传统中汲取智慧的商品”。

MUJI 自 2019 年起在中国设立“本地商品开发团队”，立足于中国消费者生活需求开展商品开发，陆续推出了凉柔系列、暖柔系列、口袋零食系列、宠物用品系列、OBP 海洋再生素材系列、户外系列、香味蜡烛系列等创新的商品系列。目前，特别是在生活杂货和食品领域，中国本地开发商品的销售表现良好，生活杂货中本地开发商品占比超过 70%。

MUJI 深入研究中国消费者的生活方式，利用本地的原材料和生产力，打造了多款既贴合生活实际、又具有本地特色的商品，并在中国形成了完整的产业链闭环，以便开展更深入持久的本地化经营。

生活杂货中本地开发商品占比超过

# 70%



### 居家好物，自然相伴

MUJI 致力于开发生活中真正实用且必需的商品，以支撑“生活的基础”为目标。同时，我们以环境与社会关怀为基本前提，秉持持久耐用、可循环利用、降低环境负荷的理念，持续推进商品开发实践。

基于这样的理念，我们开发了丰富的生活杂货新商品，包括敏感肌用基础补水系列、米糠发酵精华系列、香味蜡烛系列、暖柔系列、凉柔系列等商品。

### 敏感肌用基础补水系列

MUJI 推出对环境和肌肤都更温和的全新敏感肌用基础补水系列。该系列添加蓝桉树叶、马齿苋、柚籽等 3 种植物提取成分；同时聚焦肌肤原有保湿成分，添加了敏感肌肤易缺失的神经酰胺与 5 种氨基酸，在持久保湿的同时，减少敏感肌肤的负担；温和不刺激，以自然之力有效护肤，回归自然简约。



1 相变材料 (Phase Change Materials, 简称 PCM) 是一种能够通过相变过程实现能量存储与释放的功能材料。

2 源自《濒危野生动植物种国际贸易公约》(CITES 公约) 所保护的珍稀物种。

### 米糠发酵精华系列

此系列选用的核心成分提取自糙米精磨米糠，蕴含丰富微量营养素。MUJI 关注到这些“自古以来被认为对护肤有益”的天然素材，以及米糠本身具有的良好功效，以米糠发酵产物为主要成分开发得到了米糠发酵精华系列护肤品，让护肤回归自然本真的状态。



### 香味蜡烛系列

MUJI 的香味蜡烛使用 70% 大豆蜡和 30% 棕榈蜡，是 100% 天然植物蜡基底。香气更贴近植物本真气息，燃烧时更淡的烟气也为使用者带来舒适的使用体验。此外，蜡烛使用后的空罐可二次利用，让大家在享受日常美好氛围的同时，以轻松自然的方式参与环保，共同守护环境。



### 暖柔系列

2025 年秋冬暖柔系列床品新品，以吸湿发热纱线提升面料柔软顺滑度，通过新升级的短绒面料三层结构锁住体温，实现更持久的保暖，同时经抗菌、防螨及防静电处理，带来更安心的温暖体验。在温暖与舒适之间，兼顾肌肤感受，让居家时光更轻盈、更温暖。



### 凉柔系列

MUJI 的凉柔系列持续推出新品，梭织面料在瞬时凉感基础上融入抗菌功能，并通过特殊织造提升顺滑度与耐用性；针织面料则采用 PCM 相变材料涂层<sup>1</sup>，以六边形结构实现持久凉感，同时保持透气与柔软。此外新增的动物抱枕形状，以濒危动物<sup>2</sup>为原型设计，呼吁人们关注自然环境与动物保护。从材质到设计，皆在细微处回应身体感受与日常所需。



## 长久相伴的基础服饰

MUJI 同样在服装设计中融入对于“人、自然与物品”理想共生关系的思考。我们以使用天然优质的原材料、环境友好的设计为目标，为消费者带来“维护地球环境的商品”“不追求商品个性、而旨在彰显生活者个性的商品”，让可持续的生活方式就像水和空气一样浸润人们的日常。

### 汉麻系列

MUJI 活用来自中国黑龙江的汉麻，其生长速度快且节水固碳，在种植期间几乎不需要打药施肥，是一种减少环境负担的素材。同时，汉麻纤维空隙较大，具有优越的易干性和凉爽亲肤性，帮助肌肤保持清爽，带来舒适的穿着体验。汉麻制品独有的柔韧性，又使它经过反复洗涤还能长久使用。为使用者提案自然、舒适的生活方式。



### 抓绒系列

2025 秋冬抓绒系列，提供长毛、短毛抓绒两款面料，均选用回收再生的材料，以“无需复杂分解即可完整回收”为核心，从成衣主体面料，到细小的纽扣、缝线及内芯等辅料均使用单一素材（PET）制成，更易于服装的回收再生。



### 纱织系列

最具代表性的产品便是无侧缝双层纱织睡衣。使用 100% 天然素材棉，其中应用的双层纱织工艺，由两层极薄的棉纱交织而成，中间形成空气层，使得面料具有“云朵般”的轻柔触感，且透气性极佳；“无侧缝”设计也减少了衣物与皮肤的摩擦，让穿着体验更加顺滑无感，尤其适合敏感肌肤。



### MUJI Labo 系列

自 2005 年起，MUJI Labo 系列作为探索 MUJI 基础服饰制造的实验室，在全球以大型店铺为中心陈列出售。MUJI Labo 一直以来致力于维护地球环境、解决社会问题、从文化传统中汲取灵感，开发出能彰显每一位消费者个性的商品与服务。



### 法兰绒系列

使用 100% 天然素材棉，双面起毛工艺让单穿也变得柔软亲肤。2025 年的法兰绒系列，在男女装上均呈现 MUJI 的设计思考，并推出与男女法兰绒均有同色的童装款式，满足亲子搭配与居家场景的需求。





# MUJI CYCLE

专题

## MUJI CYCLE: 资源回收

秉持“从结束，再开始”的理念，MUJI 相信每一种资源都值得被珍视。我们通过 MUJI CYCLE 项目，为闲置旧物赋予新的故事与价值，这不仅是物质的再生，更是情感与记忆的延续。我们邀请每一位消费者共同参与，构建一个资源循环的生活方式。

MUJI CYCLE 项目旨在建立一个连接消费者与再生价值链的绿色循环模式。一件物品的旅程并未因“不再需要”而终结，它将通过“店铺回收—专业分拣—送至仓库—进入再生/处理工厂—回归社会使用/未来再生为新商品”的完整链路，开启新的生命周期。

MUJI CYCLE 于 2024 财年在中国正式启动，通过在店铺设置回收箱，鼓励消费者在购物之余与 MUJI 一同推动塑料品和纺织品的绿色循环。回收的旧物经专业处理后，被赋予全新用途。例如，纺织品纤维被再加工为部分店铺的墙面材料，实现资源的闭环利用。截至 2026 年 2 月，MUJI CYCLE 累计开展运营场所 124 家，经由各类渠道共回收纺织品 39,508kg，塑料品 25,944kg。

此外，MUJI CYCLE 也积极开展线下活动并通过社交媒体传播，希望以此能够向更多的消费者传达绿色理念。我们通过社交媒体平台发布世界地球日宣传视频，与深圳万象天地 Café MUJI 快闪联动，并携手华润万象城等伙伴共同推广，让循环理念融入更多人的日常生活。每一次回收再造，都是让废弃之物重归日常、重获价值的过程，MUJI 将以切实而持续的行动，传递可持续的生活态度。

累计开展运营场所

124 家

共回收纺织品

39,508 kg

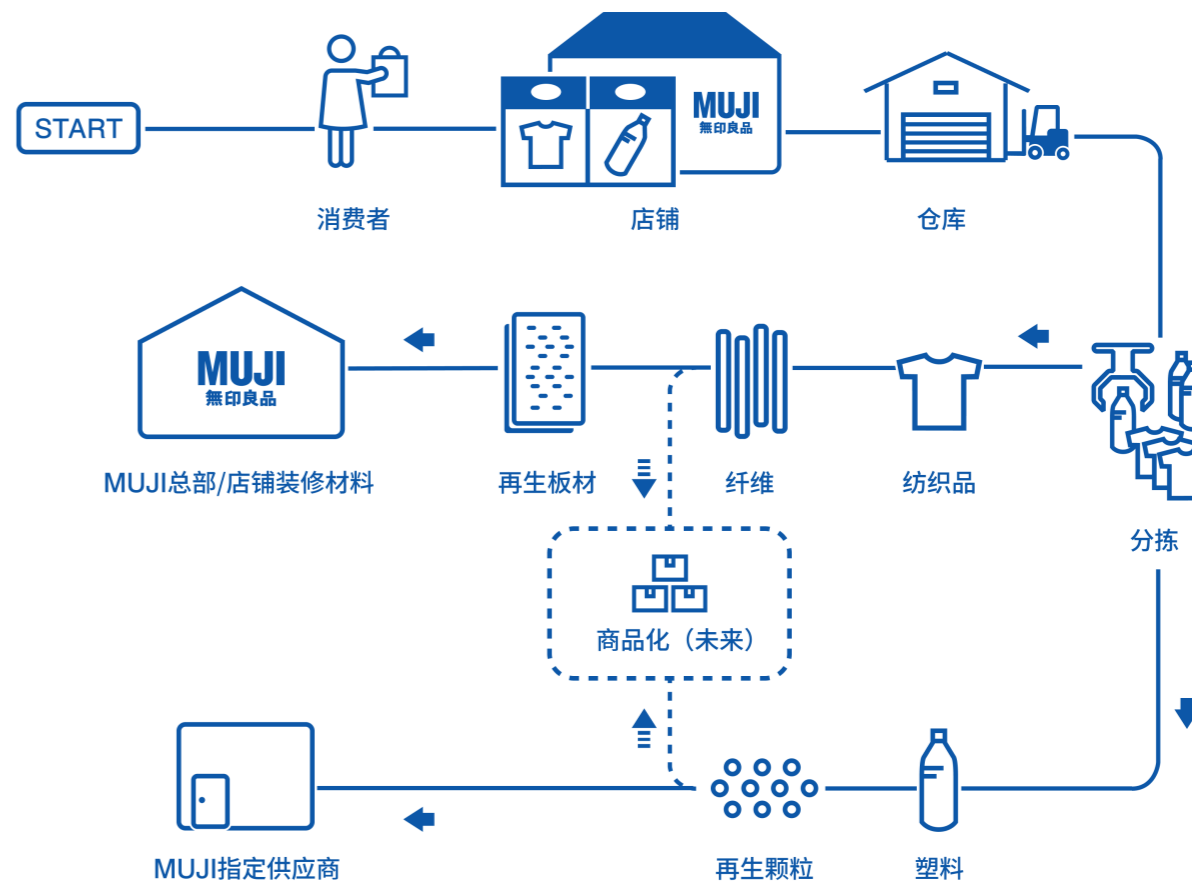


共回收塑料品

25,944 kg



### MUJI CYCLE 的回收旅程



## 建立与顾客真挚的连接与互动

MUJI 立足店铺空间以践行可持续生活方式。作为直面顾客的核心触点，每一家店铺都在传递着品牌对人与自然关系的思考，从空间生态设计、陈列语言到信息展示，我们将可持续理念可视化呈现，让每一次到店都成为对“感觉良好的生活”的感知与共鸣。

此外，MUJI 对于环境友好的思考亦延伸至物流配送环节及 MUJI HOTEL 酒店空间。我们践行可持续理念，系统推进绿色实践，以低碳高效的物流体系链接店铺及顾客网络，以酒店生态传达生活理念。

我们致力于在设计、建造与运营中平衡环境、社会与经济价值，让所有线下触点不仅是服务顾客的空间，更是传递长久美好的可持续场域。



## 构建低碳高效的物流体系

MUJI 深知，商品从仓库到店铺的旅程，亦是践行可持续理念的重要环节。我们致力于降低物流环节的环境影响，通过在运输等关键领域的持续实践，构建高效且低碳的可持续物流体系。

MUJI 积极推广新能源运输车辆的应用，让每一件商品的抵达，都少一份对环境的负担。截至 2025 财年末，在常温普通商品运输中，新能源运输车辆在末端配送<sup>1</sup>中的占比提升至 29%，共计投入使用新能源运输车达 93 辆，与使用传统燃油车辆相比，这一举措减少了当年运输过程中约 72 吨的碳排放量。

在电商物流环节，我们也致力于减少对环境的影响。遵循“包装的简化”原则，MUJI 也注重快递包材的选用，将香味蜡烛与芳香油的快递包材替换成纸塑包装，2025 财年合计使用 18.2 万个，相当于减少了同等数量塑料气柱袋的使用；同时，MUJI 从包装的细节着手，针对小物件产品，增加小气泡封口袋的包装形式，减少产品丢失和包装浪费。

我们在物流的每一个环节，都尝试与自然低负担地相处，让商品的旅程也成为一段低碳的足迹。

## 在店铺设计中实践自然思考

MUJI 将对自然的思考，转化为有生命力的设计语言，相信好的设计应简洁且恒久。我们开发可持续概念店设计模板，将已验证的环保材料与能效设计整合为标准模块，通过系统化的支持，让绿色转型在全域店铺自然发生。

我们同样珍视既有店铺的生命周期。2025 财年，我们完成了 12 家店铺的改装升级。秉持“物尽其用”的原则，对于性能良好的设备设施，我们优先选择利旧改造与修缮，不仅降低了资源消耗，也让物品的价值在时间的流转中得以延续。

旗舰店作为品牌理念的重要表达形式，也承担着设计探索与地域联结的重任。截至 2025 年末，MUJI 在中国大陆地区设有 12 家大型旗舰店，以在地化的空间设计，传递品牌对环境与生活的思考。

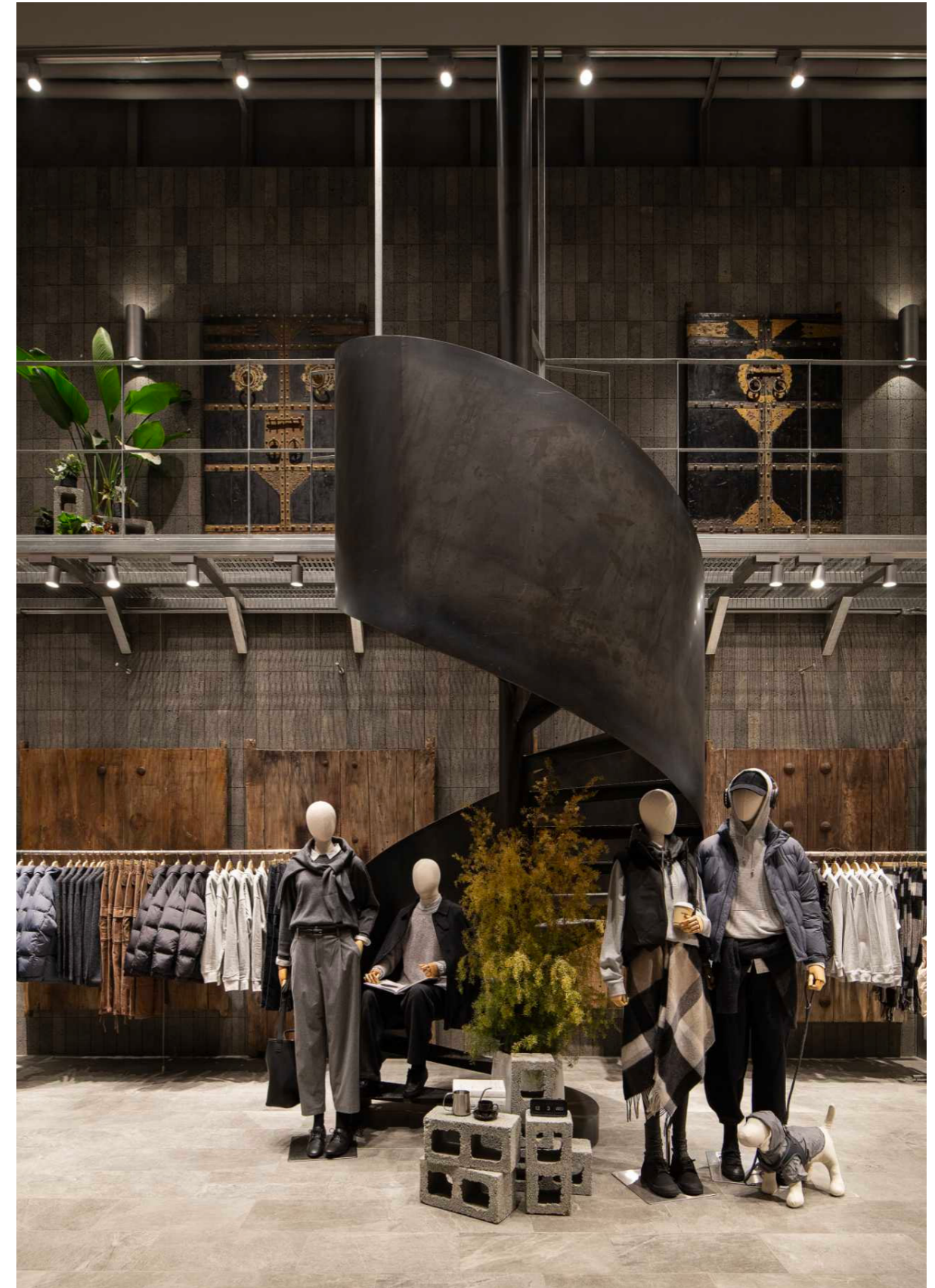
<sup>1</sup> 末端配送指代“店铺最后一公里配送”，即从本地配送站点出发，将商品交付至店铺的过程。

新能源运输车辆在末端配送中的占比

29 %

新能源运输车

93 辆





杭州工联 CC 世界旗舰店



重庆北城天街城市旗舰店

## 立足旗舰店的绿色表达

### 杭州工联 CC 世界旗舰店

杭州工联 CC 世界旗舰店，在设计中融入对自然的思考，借鉴中国传统木构技艺与建筑智慧，以简洁的木制拼接与斗拱结构实现空间的功能与美感，隐喻不息的生命力。在开业仪式中，优先选用可循环装置与环保材料，将品牌视觉与环保理念自然融合。开业仪式所用的绿植、展具、座椅及海报等物料，均在活动结束后移入店内继续使用，让每一份资源在日常场景中延续价值。

### 重庆北城天街城市旗舰店

重庆北城天街城市旗舰店以可持续概念进行空间设计，并摘得缪斯设计奖（MUSE Design Awards）金奖及银奖。店铺使用天然洞石、可回收铝制格栅、可再生秸秆砖、回收的酸洗铁板等环保材质，并将重庆非遗竹编技艺融入陈列道具和装置设计中，店铺外立面的“红色幕墙”以回收铝编织而成。店铺空间融合传统工艺与现代美学，打造了自然与工业气息并存的独特空间。

### 成都太古里世界旗舰店

成都太古里世界旗舰店的改造则引入“节能概念”，通过店内节能设计、环保材料应用等手段提升店铺能源效率，并导入智能物联系统，实时监测能效数据，实现兼顾顾客体验与节能减排的绿色智慧店铺。此外，店铺以“溯流而上，重新发现”的核心改装概念，引入生于川蜀山野的“竹”元素，以国家非物质文化遗产——道明竹编为线索，借助当地长期使用的自然素材链接地域文化和 MUJI 的生活方式。



成都太古里世界旗舰店

### 店铺陈列：可持续的生活触点

如今，中国消费者更加注重自然、环保、简约，逐渐形成了长期主义新消费观，而这也是 MUJI 所追求的方向。在线下店铺中，我们从顾客体验的角度出发，优化店铺环境氛围，对道具的开发也更考虑泛用性。在店铺空间规划上，MUJI 根据服装、食品、生活杂货、家具等商品属性进行区分，清楚呈现商品的素材、质感、特性，触达顾客的可持续消费需求。

此外，店铺空间作为 MUJI 品牌理念的具象载体，也在逐步成长为连接人与社区的温暖“生活客厅”，帮助 MUJI 与在地文化、居民生活深度交融。我们发起“城市自然故事”系列活动，以新店开业为重要契机，深度挖掘每座城市的自然禀赋与人文特质，讲述每一座城市与自然之间的独特故事，让品牌与地域的联结更具温度与深度。目前，此活动已覆盖约 30 个城市。

#### 米糠系列

上市时用稻草、麻袋，米糠原料等素材作为陈列基底，通过商品和天然原料的结合展示，让顾客直观感受到“产品来自自然”，呼应“自然的力量”的品牌理念。



#### MUJI Labo 系列

用 4 款线下店铺宣传物呈现“面料回收再利用”“RDS 认证羽绒”“采用无割尾羊毛”“素材未漂白着色”等可持续亮点，卖场壁面宣传物也已全面升级为更环保的瓦楞纸材质。



#### 余线·新生

源自于内蒙古地区的羊毛素材。使用制作成衣时剩余的未经使用的毛线，重新编织成色彩丰富且独特的产品。



#### 余线系列

使用线轴主视觉、图标等形式呈现“回收再生而来，方可呈现独一无二色彩”。

#### OBP 系列

将海洋背景与素材回收再生过程结合，开展视觉设计，向消费者完整呈现 OBP 素材的故事。

#### OBP再生素材系列

回收距离中国海岸线500公里以内的废弃渔网，重新加工制造，经手工编织成易于使用的布袋。

海洋垃圾 重焕新生



#### 汉麻系列

从产地角度出发讲述此系列商品的天然透气、环境友好、联结当地社会等特性。

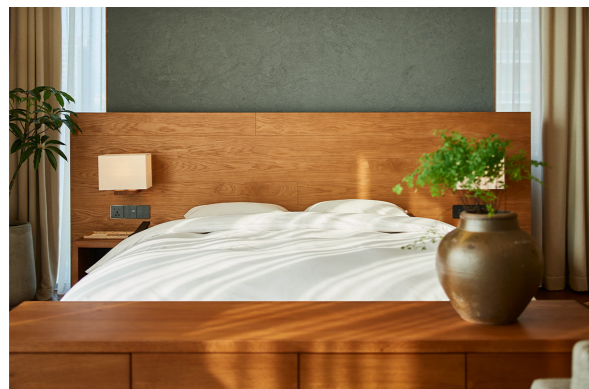


### MUJI HOTEL 的可持续之道

MUJI HOTEL 的日常管理恪守“四干净、五不漏、六良好”的严苛标准，确保设备高效运行。为了引导宾客共同践行可持续生活理念，客房内配备了大包装洗护用品以减少单次塑料浪费；在硬件层面，我们通过客房控制系统 (RCU) 实时调节温度，并利用中央空调主机热回收系统降低热水制备的能耗。在后勤与公共区域，酒店全面替换 LED 灯具与智能照明控制系统，实现按需照明。在 2024 年能耗比 3.98% 的基础上，MUJI 持续提升节能表现，2025 年能耗比降至 3.72%。

2024 年度能耗比  
**3.98 %**

2025 年度能耗比  
**3.72 % ▼**



## 可持续生活方式的公众倡导

MUJI 依托线上与线下媒介，向公众倡导“感觉良好的生活”。在线上，我们通过社交媒体平台、官方 APP 等品牌官方渠道与消费者建立日常对话，将环境友好的原材料、包装简化与工序改善等理念融入内容传播，让可持续触达更广泛的受众群体。

在线下，结合主题营展，我们通过丰富的线下活动，将可持续理念转化为可感知的体验场景。

我们注重超越消费场景的公众沟通，以开放的态度传递亲近自然、尊重环境的理念，以更具参与感的方式提升公众对可持续生活的认知与兴趣。



### 线上生态：多渠道同步倡导理念

MUJI 利用多元化社交媒体平台，如小红书、抖音、微信、新浪微博等，积极推进品牌传播与可持续生活理念倡导。我们以品牌价值为导向，以商品为载体，通过用户视角与真实体验，传递 MUJI 倡导的“感觉良好的生活”的愿景，并请用户积极参与讨论和互动。MUJI 以图文、视频等多种形式持续开展环保科普，并于世界地球日推出 MUJI CYCLE 可持续之约视频特辑，致力于让可持续成为日常可感知、可践行的生活方式。

我们通过 MUJI APP 与小程序，将会员服务体系与可持续议题深度融合，打造“消费即践行”的互动场景，例如在购买 OBP 海洋再生素材系列商品、十八洞村山泉水等承载了可持续理念的产品时推送专属感谢信，让可持续选择获得实质反馈，并希望鼓励更多消费者与 MUJI 共同践行可持续生活方式。

电商平台亦是 MUJI 可持续理念的传播主场。我们以汉麻这一优质天然素材为主题，在抖音平台开展了三场专场直播，邀请面料专家讲解汉麻天然特性与环境友好特点，联动汉麻展实现线上线下场景融合，并在产地设置溯源专场，透明展示种植加工过程。三场直播累计曝光人次 1,766 万、互动 86 万人次。通过专家科普、场景联动与产地溯源的渐进式传播，MUJI 努力让每一个消费者认知到汉麻商品中所包含的可持续理念，践行 MUJI 对良感生活与自然联结的追求。

### 节日营销：“日日用品，相伴年年”春节企划

2025 年春节，MUJI 以“日日用品，相伴年年”为核心主题，将可持续理念与中国传统春节文化深度融合，传递“好物品，长相伴”的生活主张。MUJI 希望突破春节常见的“辞旧迎新”消费导向，强调好物无需频繁替换，更是让“感觉良好的生活”在一日日、一年年的陪伴中，不断延续，不断积累。

我们通过牛角扣大衣、衣物刷、法兰绒衬衫、木制碗碟等经典商品，强调“一件好衣，穿多年”“一把好刷，护衣物”“一餐好器，暖年年”的长期主义理念。在社交平台上，MUJI 也发起 #生活老伴 话题，邀请消费者分享与 MUJI 商品的长期陪伴故事，引发用户对物品价值的重新思考。



MUJI 无印良品小红书平台地球日特辑

MUJI 无印良品 APP

MUJI 无印良品抖音官方旗舰店汉麻系列专场直播



### 周年纪念价值传达：MUJI 二十周年主题营展

2025年恰逢 MUJI 在中国大陆的第三十年，我们以【無印·有声】为主题，发起一系列活动，以情感为纽带、共创为路径，将二十年发展轨迹转化为用户可感知的生活故事，诠释品牌从“扎根”到“生根”的本土化初心，更让可持续的生活方式在人与物的长久陪伴中自然生长。我们与中国消费者（“良友”）深度共创，记录 20 年间 21 款经典商品的故事，组成了 MUJI 二十周年纪念特刊《無印·有声》。MUJI 坚信，好的商品不仅承载实用价值，更能在时光沉淀中传递生活初心，而消费者的每一次选择，都是对可持续生活方式的践行与呼应。

我们也以多维触点传递 MUJI 对于“人、自然与物品的理想共生关系”的思考：在上海、北京的旗舰店，以 21 款经典商品为线索打造沉浸式时间长廊，呈现品牌二十年陪伴中国消费者的轨迹；# 無印有声 话题同步发起，鼓励用户分享与 MUJI 商品的长期陪伴故事。整场活动累计获得超过9,980万曝光量，让“可持续”与“长期主义”的品牌思考流淌到了更多生活场景中。



## 推动公众参与：多元倡导可持续生活方式

### MUJI FARM 食农活动

MUJI FARM 珍视顺应自然节律，与土地一起成长的生活方式。我们以食与农活动为纽带，传递“友善耕作，自然生活”的理念。2025 财年，我们累计开展了 10 场线下食与农活动，通过与生态农场联动的农场体验，结合中国传统节气与节日的手工活动，食物与食材的感知实验等，让人们在动手实践中亲近食材、感知时节。MUJI 希望通过食材这一媒介，唤醒消费者对于自然的感知，找到与自然联结的可持续生活方式。

### Open MUJI 活动

Open MUJI 以分享会、手工坊、展览等多元互动形式为载体，围绕“居住”“书籍”“生活方式”“造物”“食”五大主题，深耕本土化内核，邀请消费者在亲身体验中探索可持续生活方式，为启发人们探寻适合自身的“感觉良好的生活”提供契机。2025 财年，我们共举办 120 场 Open MUJI 活动，如黄麻袋刺绣改造、非遗扎染工坊、漆扇工坊、非遗烧箔画等。以可自然降解、未经染色黄麻为素材的黄麻袋刺绣改造工坊，让消费者亲手刺绣赋予好物独特价值，在慢手中感受生活乐趣，践行物尽其用的理念；非遗扎染工坊则牵手经验丰富的师傅，带领消费者体验以植物染料创作的千年非遗工艺，让环保天然的传统工艺在当代焕发新生。

### ATELIER MUJI 展览

ATELIER MUJI，是 MUJI 呈现品牌当下与未来的一方小天地，以多元展览为纽带，与人们共寻“人·生活·物”的本质启发。自 2013 年中国首展“FOUND MUJI CHINA”起，我们便以本土文化为锚点，跨越文化、设计、工艺、生活方式等多个领域，用 MUJI 的视角传递“感觉良好的生活”理念，在对话中深化本土化扎根，亦聚焦当下，成为与在地人文沟通的重要桥梁。

2024 年 11 月至 2025 年 1 月，我们举办两场“再道日用”瓷器展，以陶瓷日用器为媒介，唤醒人们对“日常”的感知，重思“日·用”的本质。展览寻访了 18 位来自不同地域、拥有独特文化背景的中国陶艺家，他们从本土文化中汲取素材，从真实使用体验中提炼灵感，让作品回应生活本真需求。

2025 年 9 月至 11 月，MUJI 通过两场“物尽其用：米糠的再发现”展览，从一粒米的解析开始，讲述米与米糠的关系、米糠的来源。让人们通过触觉、嗅觉、视觉与听觉，真实感受米糠的存在，了解日常生活的多样场景。



在 ATELIER MUJI 展览搭建中，MUJI 亦始终践行可持续理念。对于可重复利用的搭建物料，在更换展览场地时优先保留利旧，最大化提升资源利用率，让可持续理念渗透到活动筹备的每一处细节，以务实行动呼应“物尽其用”的品牌思考。



# 安心安全的商品和服务

MUJI 始终坚信，商品的安心安全是品牌与顾客之间信赖的基石，更是“感觉良好的生活和社会”的核心支撑。我们秉持对品质的坚守与对自然的敬畏，将可持续发展理念深度融入商品从诞生至循环的每一个环节，通过系统化的品质保证体系与有温度的服务体验，为顾客构筑自在安心的生活基础。



## 产品质量管理

我们坚守“原材料的选择、工序的改善、包装的简化”三大基本原则，以严谨态度把控商品全生命周期的品质与可持续性，让每一件商品都承载对人、自然与物品理想共生关系的思考。

在原材料管理方面，我们持续推进溯源体系建设，严格执行溯源资料回收制度，确保原料来源的可追溯性与透明度。针对食品、护肤品等重点关注品类，我们构建全流程安全管理规范与检疫措施，在开发设计阶段即完成材质安全性确认，确保上市商品均符合品牌伦理与可持续发展要求，让顾客安心使用。

基于顾客的真实使用场景，我们增设“良品基准”测试项目。例如，对收纳系列加测保持力、耐负荷重量与移动性等，以更严苛的标准全方位守护产品的使用安全。

## 消费者服务

MUJI 希望每一家店铺都能成为可持续生活理念的传达者，每一次服务都能传递自然与安心的品牌温度。我们通过线上线下融合的方式，将可持续理念融入消费体验的每一个细节，与消费者共同践行“感觉良好的生活”。

### 客诉响应体系

MUJI 坚持将顾客的声音视为优化服务、提升体验的重要参考，构建全方位、高效率的客诉响应与服务优化体系。2025 财年，我们建立全量客诉分析机制，对每一起投诉进行分类梳理、根源追溯，同时拓展多样化消费者沟通渠道，确保在 24 小时内回应顾客诉求并进行有效跟进与反馈，致力于更快响应和解决消费者诉求，积极维护消费者权益。

自 2025 年 4 月起，MUJI 引入灵活用工的云客服模式，吸纳偏远地区人员、育儿女性等群体加入客服团队，通过 AI 模拟对话培训提升服务专业性，既为社会创造就业机会，又实现服务模式的绿色升级。截至 2025 财年末，相较于传统呼叫中心集中办公模式，该模式减少通勤相关碳排放约 27.1 吨，实现就业赋能与环境效益的双重价值。

云客服模式相较传统集中办公模式减少通勤相关碳排放

27.1 吨 

### 服务团队建设

我们持续强化服务团队专业能力建设，系统性开展会员业务规则、商品问题排障等多板块的专项培训，并引入 AI 模拟对话形式进行全员线上考核，确保服务知识内化与技能提升。为深化合规意识，我们面向店铺核心服务伙伴开展《消费者权益保护法实施条例》主题宣讲，结合实际服务案例拆解新规要求，让合规意识深植于日常服务，滋养消费者的信任土壤。

## 寻找共创良好生态的同道

MUJI 始终将可持续发展作为核心理念，致力于构建以可持续价值为纽带的伙伴网络。从供应链到价值链，我们与每一位合作伙伴协同共进，推动全链条的可持续实践。同时与政府、高校及社会主体展开深度对话，在多维协作中共创绿色价值。MUJI 将继续携手各利益相关方，以联结之力推动可持续进程，让“感觉良好的生活和社会”在共识与行动中生根发芽。



## 携手绿色发展

MUJI 不断完善供应商管理流程，以严谨的制度和评价管理体系，筛选能够长久与 MUJI 携手同行的合作伙伴。2025 年，依据专业机构的建议，我们修订了《供应商管理制度》和《供应商竞价招标管理细则》，并于 9 月正式实施。此外，MUJI 在供应商的选择、管理与评价体系中也融入环境及劳工方面的社会议题，力所能及地传达可持续理念，并在合作中与供应链伙伴共创绿色价值。

### 供应商评价与管理

MUJI 坚信，供应链的绿色转型源于对自然与社会的敬畏之心，更始于一份坚定的责任担当。我们应用 MUJI 工厂评价体系，从附加价值创造力、品质、原价、应对速度、环境、劳动人权等六个维度对供应商进行综合评价，推动其在品质管理、环境表现等方面持续精进。2025 财年，MUJI 针对中国本地工厂实施评价，整体品质表现稳步提升。同时，我们通过组织供应商培训，强化供应商对 MUJI 理念的共感共识，进一步加强供应商管理。

为确保供应商在人权及环境等方面符合 MUJI 的可持续发展理念及标准，我们引入第三方监察机制，从童工、强制劳动、环境、反腐败等 13 个维度提出针对性整改意见。同期，我们围绕行为准则 (COC) 审核等开展专题培训，内容包括质量管理、法律法规及可持续发展实践等核心板块，助力合作伙伴夯实合规基础，提升可持续运营能力。

### 可持续供应链建设

MUJI 已连续三年推进关键供应商的碳盘查工作，持续完善供应链碳排放管理体系。2025 财年，同步针对关键供应商开展新能源使用情况专项盘查。通过系统化数据收集、分析与跟踪，我们不断强化供应链低碳管理能力，推动上下游伙伴共同落实可持续发展要求，助力构建更加绿色、透明的供应链。



## 共建绿色生态

MUJI 始终以务实行动，助力消费品行业的可持续发展。我们锚定品牌愿景与可持续发展战略，在契合整体环境方针与管理规范的前提下，深度参与行业协作与标准建设，推动可持续价值在更广范围内落地。

在行业平台层面，我们积极参与中国国际进口博览会等全球合作交流盛会，展示品牌实践成果；在标准共建层面，加入上海外商投资协会 ESG 报告专业委员会，并参与中国连锁经营协会（CCFA）ESG 团体标准编纂工作，以专业力量推动行业规范化进程；在人才培养与理念传播层面，通过举办“自然出新裁”汉麻新生力设计大赛，传递可持续时尚价值，并与清华大学、北京服装学院、东华大学等高校合作，紧跟前沿科研动态，将实践融入教学环节。MUJI 始终相信，行业的可持续发展离不开多方携手，我们愿以点滴行动推动可持续价值链的发展。

### 第八届中国国际进口博览会

2025 年，MUJI 以“耕种之美”为主题参与第八届中国国际进口博览会，将品牌理念与中国的自然禀赋、文化智慧深度交融。展馆的设计灵感源于大地层叠肌理与时光沉淀，通过起伏流动的造型，依势延展展出服装、家居、食品、护肤及绿色可持续展区等多元区域，生动诠释从土地到生活的延续。此次博览会展出的设计师合作款汉麻服饰、炭化竹家具、非遗玲珑瓷马克杯等商品，不仅将“自然的力量”带入展馆之中，也期待将自然的态度与可持续的生活方式，通过舒适温暖的产品传递给更多消费者，为中国消费者营造“感觉良好”的生活方式。例如，汉麻种植较少使用农药，玲珑瓷融合传统技艺与生态保护理念，让可持续成为可触摸的日常。



本次进博会中，MUJI 荣获第八届中国国际进口博览会企业商业展消费品展区“十佳展商”的奖项，未来，MUJI 将继续以耕种者的耐心与匠心，参与中国的高质量发展，与中国消费者、合作伙伴共同营造“感觉良好的生活和社会”。



### CCFA 2025 中国时尚零售与消费发展峰会

2025 年 6 月，MUJI 参与 CCFA 新消费论坛——中国时尚零售与消费发展峰会，与行业各界伙伴共话时尚零售的创新与高质量发展。MUJI 中国董事长兼总经理堀口健太出席本次峰会并以《自然的力量——对当下消费的意义》为题发表演讲，介绍了 MUJI 入华二十年来坚守简约本真、深耕本土化运营、贴近中国消费者需求的发展实践。

在行业交流中，MUJI 与众多业内伙伴互通经验、携手探讨，共同思考消费新趋势下的长期发展路径。未来，MUJI 也将继续坚守品牌初心与可持续理念，与行业内各位伙伴携手同行，共同推动时尚零售市场健康、有序、长久地向好发展，创造感觉良好的生活和社会。



### “自然出新裁”汉麻新生力设计大赛

MUJI 秉持“着眼于人、自然与物品的理想共生关系”的原则，以“自然出新裁”为主题发起汉麻设计大赛，希望搭建可持续材料与青年创意的对话桥梁，探索汉麻在服装领域的多元应用可能。汉麻大赛聚焦工艺可行性与市场转化潜力，招募期间吸引 818 名设计师参与，让自然材质在创意中焕发新生。

设计师们或以简约剪裁凸显汉麻的天然肌理，或用创新工艺解锁汉麻的舒适特质，多元呈现了汉麻在生活中的应用。金、银、铜获奖作品也将于 MUJI 2026 年春季，作为设计师款商品正式亮相，让这份源自自然的设计力量，真正融入到日常的舒适与美好之中，让更多人在穿着体验中感受可持续材料的温度。



此次大赛以设计为纽带，融合艺术与对生活的思考，让汉麻所蕴含的环保价值转化成为可触摸、可感知的具体体验。MUJI 期望借此唤起消费者对可持续材料的关注与共鸣，与各界伙伴携手，共同推动可持续生活方式的普及，为守护地球生态、构筑可持续发展的绿色未来注入持久动能。同时，大赛也为中国本土青年设计师提供了展示与成长的平台。我们鼓励更多年轻力量投身可持续设计，也将持续助力发掘与培育面向未来的本土设计人才。

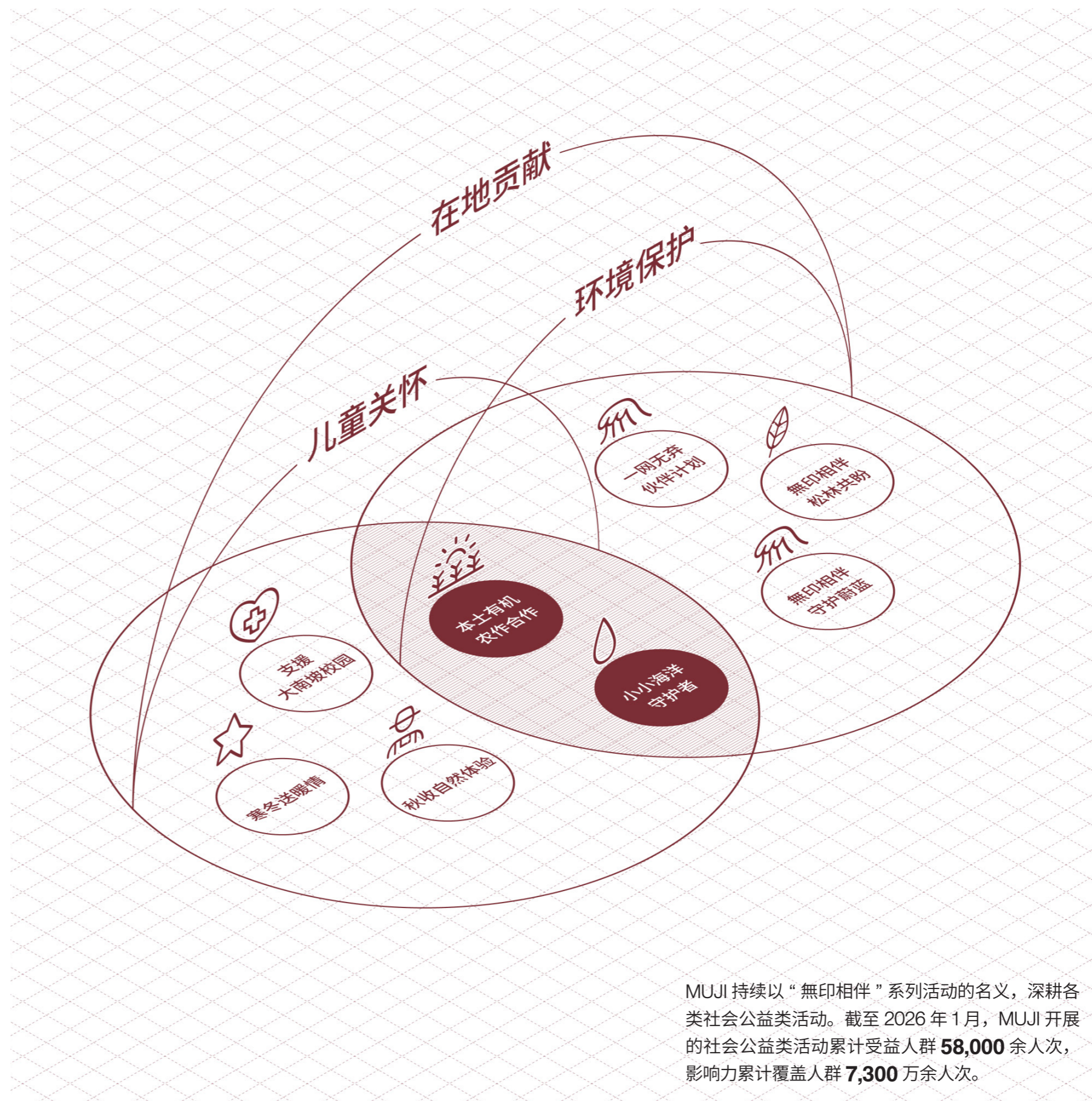
# 03

## 地域联结及 社会公益的贡献

MUJI 不仅是商品的提供者，更是生活的共建者。我们以现地联结为纽带，围绕在地贡献、儿童关怀、环境保护三大方向，将品牌力量延伸至社区的每一处，致力于构建彼此支持、良性循环的社会生态。通过与志同道合的伙伴携手，我们以持续行动推动本地可持续发展，共同营造“感觉良好的社会”。



# Chapter 03



- 68 在地贡献
- 70 儿童关怀
- 72 环境保护

MUJI 持续以“無印相伴”系列活动的名义，深耕各类社会公益类活动。截至 2026 年 1 月，MUJI 开展的社会公益类活动累计受益人群 **58,000** 余人次，影响力累计覆盖人群 **7,300** 万余人次。

# 在地贡献

MUJI 深知，创造良感社会需要深度融入当地。通过本地化战略，我们在商品开发中回应本土需求，于学习地域文化中守护地域记忆，以产业赋能激活地方活力。在与社区的持续互动与联结中，MUJI 将品牌力量转化为切实的在地贡献，与当地社会共创真实而温暖的价值。



## 深耕本土农作，赋能乡村发展

MUJI 将可持续理念深度融入饮食日常，通过深耕在地农业合作，既构建起从农场到餐桌的短链生态，也持续赋能在地社群，让“感觉良好的生活”扎根于健康土壤与温暖联结之中。

在食材采购的本土布局上，MUJI FARM 始终坚守在地协作原则。持续携手上海、北京等地的有机农场，甄选新鲜时令蔬菜，搭建起从农场到餐桌的短链生态。2025 财年，我们进一步拓展本土合作边界，新增上海百欧欢有机农场合作，甄选 14 种蔬菜丰富食材谱系；与安徽黄山七约农场达成深度合作，定向开垦 55 亩农田种植有机五色米，从播种到收获全程溯源，让自然馈赠的本味直抵餐桌，也助力本土有机农业的稳步发展。

我们的本土合作，同样蕴含对社群的深切关怀与赋能。上海九善农场、百欧欢农场及安徽黄山七约生态农场，均以雇佣 60 岁以上本地长者为主，其中百欧欢农场更吸纳近百名本地长者就业。这份合作不仅为农场注入稳定活力，为老龄化乡村带来切实经济收益，更让本土长者在土地劳作中实现价值，构建起“农业赋能社群”的良性循环，让可持续发展兼具生态意义与社会温度。

## “秋收正好，稻香满仓”秋收自然体验

2025 年 10 月，正值安徽黄山南屏村秋收时节，MUJI 携手七约农场，以“秋收自然课堂”为温暖纽带，邀请 MUJI VOLUNTEER、在地伙伴与当地儿童一同走进金黄稻田，沉浸式参与稻谷收割与稻草人制作，在劳动中感受大地的馈赠。与此同时，MUJI 也为孩子们带去了精心筹备的绘本与实用文具，这些质朴而温暖的礼物，不仅是物质上的关怀，更搭建起一座连接城市与乡村的温情桥梁。

此次秋收之约，并非终点，而是美好序章。MUJI FARM 同步上市了七约农场有机杂米，MUJI Diner 也以这份米香为灵感，焕新主食、特调饮品、冰淇淋及甜品等多款产品。未来，MUJI FARM 将始终秉持“友善耕作，自然生活”的初心，继续深耕自然农业，希望将关照自我、善待地球的耕作与生活方式，悄悄融入人们的日常点滴之中。



# 儿童关怀

MUJI 认为，儿童成长关乎社会与环境的未来。我们持续关注儿童的生活环境与内心世界，以平等的关怀与正向的引导，帮助他们在日常中感知美好、珍视身边事物。通过在童年阶段播下责任与善意的种子，我们希望让可持续发展的理念得以延续，为更多人带来安心、平和且长久的良感生活。



## 校园守护，驰援大南坡

2021年夏，河南遭遇历史罕见特大暴雨并引发严重洪水灾情，损失严重。MUJI 第一时间携手北京当代艺术基金会 (BCAF)，提供定向捐款，帮助修复村中供水系统、修缮被破坏的校舍等。2024年6月，在BCAF的邀请下，MUJI VOLUNTEER 前往大南坡村进行实地探访，续写彼此的温暖联结。

2025年4月13日，焦作地区遭遇罕见强风袭击，大南坡小学部分教室受风雨侵袭，屋顶受损影响正常教学秩序。MUJI 第一时间响应需求捐赠资金，专项用于学校受损屋顶的修缮工程，助力校园快速恢复安全、稳固的教学环境，用责任与关怀继续守护孩子们的学习成长之路。MUJI 将始终关注地域民生需求，以实际行动为社会传递温暖与支持。

## 寒冬送暖情

MUJI 持续多年与上海市慈善基金会携手，向需要帮助的群体捐献物资，带去实际支持与生活便利。2026年1月，MUJI 向上海市慈善基金会捐赠保暖冬衣等物资，折算价值约43万余元。这些承载着关怀的物资被定向捐赠给上海市高校爱心屋学生、孤独症家庭等，让来自社会的温暖与善意触达每一个需求角落。

## 小小海洋守护者

MUJI 长期关注海洋生态保护，用心传递对自然的守护与关怀。我们始终坚信，对自然的爱护应植根于童年的启蒙时光。2025财年，MUJI 在“无印相伴，守护蔚蓝”净滩行动中融入亲子参与，并将“OBP 海洋保护科普小课堂”公益活动作为系列活动的一环，走进学校，以趣味互动、情景讲述、手工体验等生动形式，向孩子们传递海洋保护的重要意义，科普趋海塑料回收再生的环保知识。让孩子们在轻松愉悦的氛围中，读懂海洋与人类之间的紧密联系，从小在心中播下爱护自然、守护地球的种子。我们期待以此作为起点，让每一个孩子都能在启蒙教育中感知自然之美、践行环保之举，成长为兼具责任感与同理心的未来守护者，为构建“感觉良好的生活和社会”积蓄新生力量。



小小海洋守护者科普实践课堂

# 环境保护

MUJI 秉持“自然的力量”的品牌理念，以敬畏之心对待自然。我们聚焦海洋保护、自然环境改善等关键领域，积极投身生态系统恢复行动，以切实努力践行守护地球的承诺，推动生态环境良性发展，助力实现人与自然和谐共生的未来愿景。



## “無印相伴，守护蔚蓝”净滩行动

2025年6月，MUJI在海南万宁石梅湾开展“無印相伴，守护蔚蓝”净滩行动。此次净滩以亲子为主题，邀请员工携子女共同参与海滩废弃物清理。活动中，孩子们通过亲历见证塑料污染对海洋环境的影响，家长则以言传身教传递环保理念，让“守护蔚蓝家园”的意识在代际互动中自然根植。

我们坚信，环保的种子萌芽于家庭。此次行动既是对“自然的力量”品牌理念的践行，更希望让守护自然的意识融入家庭日常，让每一个家庭都成为“感觉良好的生活和社会”的积极构建者，共同守护海洋的清澈与生机。



## “一网无弃伙伴计划”

MUJI 关注海洋生态，将行动延伸至已进入海洋的废弃物，通过开展净滩系列活动，减少海洋垃圾污染，保护海洋生态。参与野生救援发起的“一网无弃伙伴计划”，是2025年MUJI海洋公益系列的收官环节。作为项目中唯一的品牌企业，MUJI 选派 MUJI VOLUNTEER 参与了由野生救援和亿角鲸 N.O.C 在海南万宁联合举办的幽灵渔网打捞公益行动。活动中，潜水员们潜入海底，清理缠绕在珊瑚礁上的废弃渔网约100公斤，为海洋生物清除生存障碍，促进珊瑚礁生态系统恢复。MUJI 用切实行动践行对自然的敬畏与守护，回应自然的馈赠，持续助力构建人与自然和谐相处的未来。



图片来源：野生救援 WildAid“一网无弃”公益项目

## “無印相伴，松林共盼”樟子松回访活动

2022年1月，MUJI携手蚂蚁森林，以珍稀野生动物为灵感，共同推出大猫森林系列共创产品。该系列的部分销售额通过中国乡村发展基金会进行捐赠，用于内蒙古自治区锡林郭勒盟5万颗樟子松的种植，助力生态环境的修复。2023年8月MUJI VOLUNTEER 协同林科院专家及基金会伙伴，前往内蒙古锡林郭勒盟浑善达克沙地规模化林场开展项目验收。

2025年7月，MUJI再度组织志愿者，协同基金会伙伴重返项目地，实地评估樟子松的生长状况及日常养护成效，以持续跟踪生态修复进程。本次活动特别邀请两名金级会员共同参与回访，亲临这片由多方合力播撒绿色的土地，见证幼苗在时光滋养与悉心呵护下茁壮成长，真切感受了生态修复带来的可持续价值。

我们期待以此为契机，唤起更多人对自然生态的关注与守护。让绿意扎根日常，让自然生生不息，共同构筑“感觉良好的生活和社会”。

从海洋到森林，从乡村到城市，MUJI始终相信，每一次微小的行动，都是对环境的珍视与守护。未来，我们将继续以“自然的力量”为指引，在每一片土地上深耕美好，与更多人一道，温柔而坚定地走向感觉良好的社会。

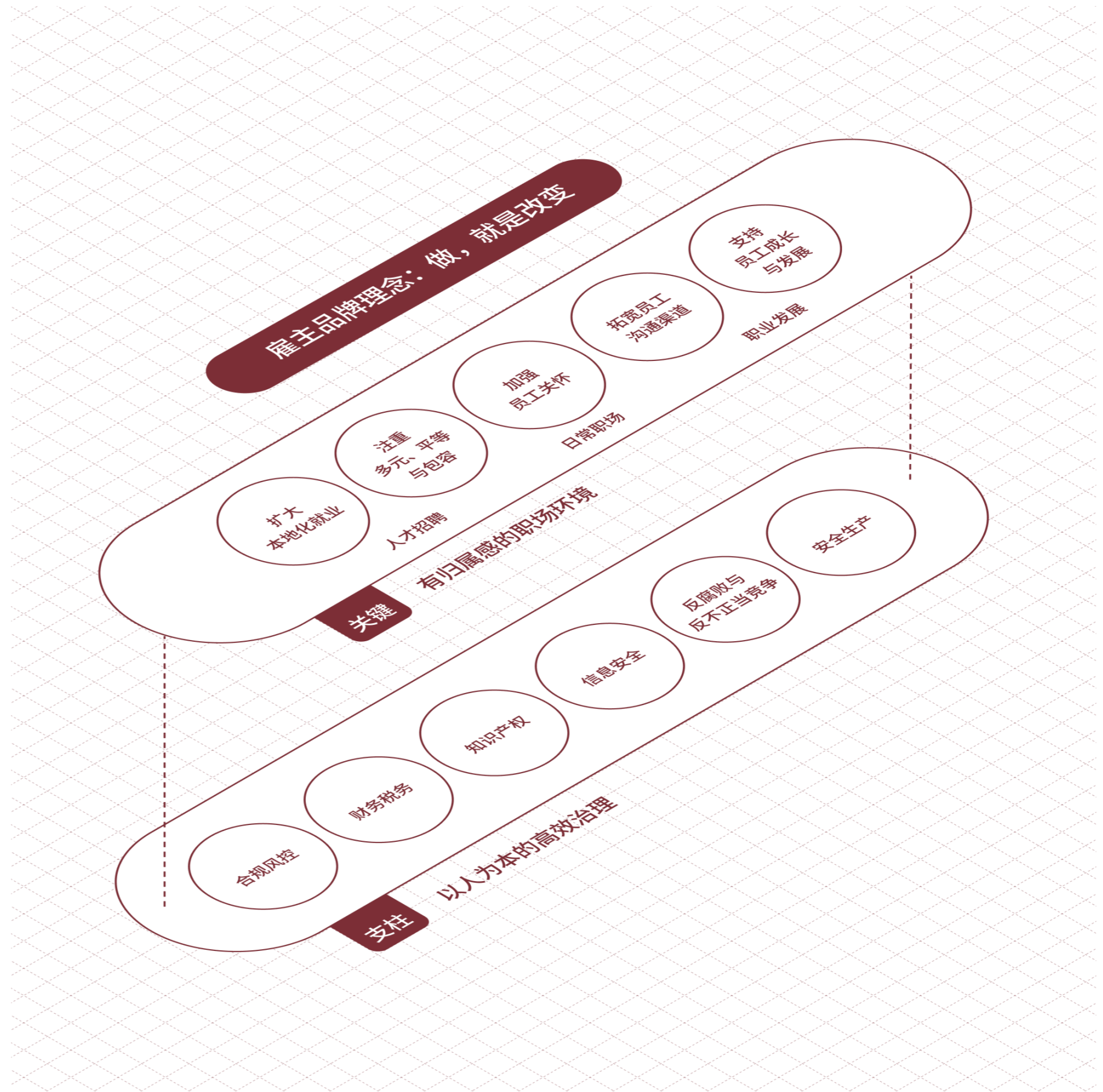
# 04

## 人本主义的践行

MUJI 始终坚信，“人”是营造良感生活的核心。我们全力践行人本主义，致力于打造一个让员工感到自豪与幸福的共同体。MUJI 在中国遵循“以人为本”“开放的组织文化”“自由与自我责任”的价值观，不断推动人事战略升级，让每一位员工成为未来的推动者，成长为可持续未来的共同创造者。



Chapter 04



78 有归属感的职场环境

86 以人为本的高效治理

## 有归属感的职场环境

在 MUJI，员工不仅是参与者，更是理念的同行者与价值的共创者。我们始终坚持以人为本，致力于营造充满归属感且易于工作的职场环境，让每一位员工在平等与信任中成长。这份温暖而坚实的根基，支撑着我们共同迈向可持续发展的长远未来。



### 雇主品牌理念

MUJI 秉持“做，就是改变”的雇主理念，围绕“自发思考、协作共赢、可持续发展、完善的福利关怀”四大关键词，构筑起温暖且有生命力的伙伴成长氛围。每位伙伴的自主思考与主动践行，是改变的开端，而协作，让这份微小的力量得以联结、延续，成为彼此前行的支撑。我们将可持续发展的理念融入日常工作，让每位伙伴在践行环保的过程中不断成长。多元平等包容的工作环境及周全的关怀体系，亦为每位伙伴提供安心、稳定的成长土壤，陪伴大家从容前行。

2025 年的努力，也让 MUJI 在 2026 年初连续三年荣膺“中国杰出雇主”认证，在人才战略、工作环境、人才招聘、学习与发展、员工福祉以及多元化与包容性等六大领域的卓越表现受到了高度认可。

连续三年荣膺

## “中国杰出雇主”



### 扩大本地化就业

MUJI 坚定践行本地化人才培养战略，以深化校企合作、拓展校园招聘为核心路径，为促进中国就业市场贡献力量。2025 年，我们持续深化与上海对外经贸大学、东华大学、华东政法大学等高校的合作，通过搭建实训基地与校园招募平台，成功引进 108 位储备干部，为组织注入年轻力量与多元视野。

截至 2025 财年末，MUJI 中国的员工总数已达 11,129 人，店铺员工数量达到 10,777 人，本地化员工比例超过 99.9%，本地化人才队伍稳步壮大。

MUJI 始终严格遵守国家劳动法规要求，秉持规范雇佣的核心原则，杜绝任何非法用工及劳动违法行为，全方位保障每一位员工的合法权益，积极赋能在地就业发展与社区繁荣。

### 多元、平等与包容

MUJI 致力于为社会各个群体提供平等的工作机会，营造包容多元的职场生态。通过“阳光伙伴”项目，我们不断加强与各地区残联协会的合作，深入开展残障人士招聘项目，积极为残障人士提供就业机会，助力他们更好地融入社会生活。截至 2025 财年末，已有 15 位阳光伙伴加入我们，其中 1 名在总部任职，14 名分布于各店铺。

MUJI 始终贯彻“同工同酬”的平等就业原则，与全体伙伴共同成长，与企业共同探索无限可能。我们着力打造女性友好的成长环境，正式员工中女性占比达 71%，管理层中女性比例亦达到 69%，充分彰显了开放包容的职场文化。2025 年 9 月，我们发起了“多元、平等、包容 (DEI) 职场探索计划”，通过企业内部沟通活动，推动员工了解 DEI 政策并积极参与建设，打造公平多元包容的职场环境，让每位员工获得重视与认可，进一步深化员工对多元、平等、包容理念的理解与认同。

中国员工总数

11,129 人

女性员工占比

71%

管理层女性员工占比

69%



店铺员工数量

10,777 人



## 员工关怀

关怀员工是 MUJI 践行以人为本理念的核心举措之一。我们通过持续的人事制度改革，切实改善员工的工作环境和薪资福利，履行对员工的温暖承诺与全方位支持。

MUJI 致力于构建兼顾公平与成长的薪酬体系，确保员工的价值创造与生活品质同步提升。2025 财年，我们持续优化薪酬设计，深化激励导向，依托业绩增长优化薪资结构，致力于构建更有温度的职场生态。同时，为资深员工提供表彰与旅游基金，认可每一份长期付出。

福利层面，与薪酬相辅相成，全方位覆盖员工日常与成长。MUJI 在健康保障上，提供年度体检、带薪体检假及补充商业医疗保险，守护身心安宁；假期支持上，设有年假、育儿假、护理老人假等，助力员工平衡家庭与工作，实现双向安心。我们亦支持员工实现多元价值，鼓励参与公司组织的公益活动，让个人善意与企业公益力量相融。同时，员工可享受员工折扣及形式多样的工会福利，在点滴中感受关怀。

在健康与平衡方面，我们逐步优化人员配置与工时管理，切实减轻员工工作负荷，助力员工更好的平衡家庭责任与职业发展。2025 年末，MUJI 推出员工援助计划（EAP），为全体正式员工提供一个全天候、专业化、保密的心理支持平台，守护每一位员工的身心健康，构建更有支持性的职场环境。



MUJI 秉持“以人为本”职场理念，全方位打造健康、多元、包容的工作环境。2025 年，MUJI 上海总部办公区全面升级，新增 21 间会议室与 12 间静音舱，为高效协作提供硬件支持。我们在办公空间深度融入环保与人文温度，陈列经典商品以传承品牌哲学，在阶梯交流区布置中使用回收的老木头，让旧物在新的空间中延续生命；同时设立可持续专区与 MUJI CYCLE 回收角，将可持续理念融入日常办公场景。从硬件扩容到细节营造，我们致力于构建一个兼具效率、环保与人文关怀的协作环境，为员工沟通交流与团队协作提供有力支撑。



阶梯交流区使用回收的老木头

## 拓宽员工沟通渠道

MUJI 重视员工的声音，始终坚持自下而上的沟通理念，通过构建多层次、双向透明的机制，营造开放、包容的组织文化。

2025 年，MUJI 的大型董事巡讲覆盖成都、青岛、武汉三城，月度董事长巡店也已覆盖 11 座城市，未来我们还将持续拓展。同时，我们定期举办“無印良言”主题交流会、良品集会及月度业绩分享会，搭建双向沟通桥梁，打破层级壁垒，同步企业中长期目标与发展新动态，鼓励跨部门互动与协作共进。此外，我们每周开展“现场 / 店铺的声音”活动，并设置 MUJI HELP 热线、茶话会等多元渠道，全方位倾听员工的宝贵建议与真实诉求，让员工的想法与反馈真正融入组织发展。

我们通过组织活性化调查，力求得到员工最真实的反馈。2025 年，MUJI 开展了员工满意度调查（组织活性化调查），近 98% 的员工主动发声。经统计分析，员工总体满意分数持续提升，调查结果为我们进一步提升员工体验和企业管理水平提供了重要参考。



良品集会 - 员工座谈



董事巡讲 - 青岛站



## 员工成长与发展

MUJI 始终相信，每一位员工的价值与潜力，是品牌持续创造美好、迈向长远的关键基石。MUJI 搭建了覆盖全职业周期的人才培育体系，从能力提升到价值实现，多维度赋能每一位伙伴稳步成长。

自 2024 年 7 月起，MUJI 联合国内院校上海交通大学安泰经济与管理学院、行业知名领导力品牌 DDI 策划并实施中高管经营管理培养项目，培养其引领组织变革与发展的全局视野和战略思维。2025 年，在培训赋能方面，我们通过“MUJI E-learning”数字化平台，提供近 8,000 门涵盖企业文化、岗位技能与管理发展等多个维度的课程，支持员工自主、灵活地开展碎片化学习，持续提升专业素养与职业能力。

同时，我们拓展国际交流机会，帮助员工在跨文化实践中拓宽视野，实现全球化的人才培养。2025 年，MUJI 开展 4 场海外支援项目，多位店长和区域店长前往新加坡、澳大利亚等地分享在现场工作中积累的高效经验，通过交流学习拓展伙伴的思考维度与成长空间。

在职业发展通道上，我们持续推进管理与专业双轨并行的晋升体系。2025 年，MUJI 店铺储备干部项目中表现优异者最快可在 4 个月内晋升为副店长，充分彰显了人才培养体系的高效性。



良品集会 - 联结市集



优秀储备干部代表

## 以人为本的高效治理

MUJI 始终将可持续发展根植于治理的每一步，致力于构建既具温度，又高效透明安全的管理框架。我们坚持以人为本，将严谨的内控管理、坚实的信息安全、清晰的合规准则贯穿于业务始终。让每一次决策和行动都能传递安心的力量，与所有伙伴共同守护一个值得信赖、持久向好的未来。



## 合规与风险管理

严谨细致的内控管理，是 MUJI 稳健经营的基石。我们秉持严谨、高效的原则，通过建立内部监查体系，对业务合规与店铺运营实施全面监督。

在常规监查中，MUJI 每财年针对所有店铺开展一次入店监查，并针对重点店铺提升监查频率至每半个财年实施一次，保障业务合规运行。为规范招投标流程管理，MUJI 开展专项培训，深度解读《供应商竞价招标管理细则》，让供应链管理更趋规范、高效，将严苛标准转化为彼此协同成长的阶梯。

同时，MUJI 通过“新法速递”等机制持续传递法规动态，将合规意识深植于日常运营之中。

## 财务与税务风险管理

在财务与税务合规方面，MUJI 正在构建更敏捷、更透明、更前瞻的财务合规体系，让严谨的数字为业务发展提供清晰指引。我们密切关注财税法规的最新动态，并将其及时融入日常运营。为提升财务数据质量与管理效能，我们持续推进内部系统的优化与协同，强化从交易到结算的全链路数据质量管理。在可视化建设上，我们明确了系统的可视化规则，为未来财务合规奠定了扎实基础。

## 知识产权保护

在知识产权保护领域，MUJI 始终视创意与设计为品牌的核心价值，致力于以系统化的方式守护每一份源于自然与生活的灵感。2025 年，我们进一步夯实制度基础，完善专利管理规范，并为 33 项设计申请了外观专利保护。面对复杂的市场环境，我们通过持续的侵权监测与处理，积极维护品牌形象与市场秩序。同时，我们将知识产权意识融入日常运营，面向核心团队开展系列培训，确保从创作到传播的每一个环节，都能规范、正确地使用商标与设计。2025 财年，MUJI 先后开展“外观设计专利”“商标标识使用合规”主题培训，帮助员工建立知识产权类基础知识。我们相信，对知识产权的尊重与守护，不仅是 MUJI 与消费者、合作伙伴建立长久信任的基石，也是与行业共同成长、推动创新向前的重要力量。

## 信息安全与隐私保护

MUJI 始终将守护每一位顾客与伙伴的信任视为首要责任。2025 年，我们以更系统、更前瞻的方式，持续构筑这份守护——通过明确个人信息保护负责人职责，重塑安全开发流程 (SDLC) 制度，全面优化安全治理体系，完成 ISO 27001 与 ISO 27701 双体系整合认证，让信息安全的基础更加稳固。我们深知，隐私保护关乎每个人的尊严与安全感，为此我们严格遵循法律法规，建立并实施完整的隐私信息管理体系，并通过持续的专项培训，将隐私保护的意识与能力深植于相关岗位的伙伴心中。

针对外部合作伙伴，MUJI 将 ISO 27001 与 ISO 27701 的隐私保护要求延伸至合作要求中，通过安全合规审查与外部培训，提升合作伙伴的数据处理合规水平。

## 反腐败与反不正当竞争

2025 年，MUJI 进一步系统化地完善了反垄断与反不正当竞争领域的合规机制，通过聘请专业律师开展专项审查，识别业务中垄断风险较高的环节，优化业务流程与管理工具，将风险预防融入日常运营。同时，我们面向全公司与核心业务团队开展了系列培训，切实提升员工在实际业务中的合规辨识与应对能力。2025 年 8 月，MUJI 开展 9 场反舞弊实务培训，全体参与率达 99.1%。我们期望，反腐败与反不正当竞争不仅成为 MUJI 内部的共同语言，更能与各方携手，共同营造清朗、公正的商业生态，这是我们践行企业责任的必由之路。

## 安全生产

MUJI 始终将安全生产视为企业可持续发展的生命线。我们以全面、系统的合规管理为依托，持续推进安全生产体系建设，为店铺与总部的稳健运营筑牢根基。为将安全生产与合规经营意识深植于日常经营，我们面向全体店铺组织“安全生产经营”主题培训，聚焦于店铺日常合规事务，提升了团队的合规操作与风险防范能力。



## 回归原点 思考未来

自1980年品牌创立，2005年进入中国至今，MUJI 無印良品始终怀抱初心，以“重新思考商品之原点”的态度，审视每一件物品应有的模样，将对自然的尊重、对社会的回馈融入日常实践，让“这样就好”的满足感，陪伴更多中国消费者。

立足当下，MUJI 以本地化战略，深化与中国市场的联结。我们将可持续理念贯穿全价值链，致力于让每一件商品都成为可持续生活方式的具象表达，并且以店铺为核心枢纽，深化社区联结，以多元的空间、服务、事业活动与公益活动为媒介，让可持续理念触达更多场景，融入每个人的日常选择。

面向未来，MUJI 将继续探索人、自然与物品的和谐共生之道，依托中国本地化商品开发团队，开发更多对环境友好、且对日常生活持久耐用的商品。我们也将继续通过店铺、线上等多个销售渠道，以商品、服务、活动为媒介，传递可持续理念。坚持以商业实践与社会公益并举，为社区与环境创造长效价值。愿与每一位伙伴携手同行，以朴素而坚定的初心，共创感觉良好的生活和社会。



**MUJI**  
無印良品