

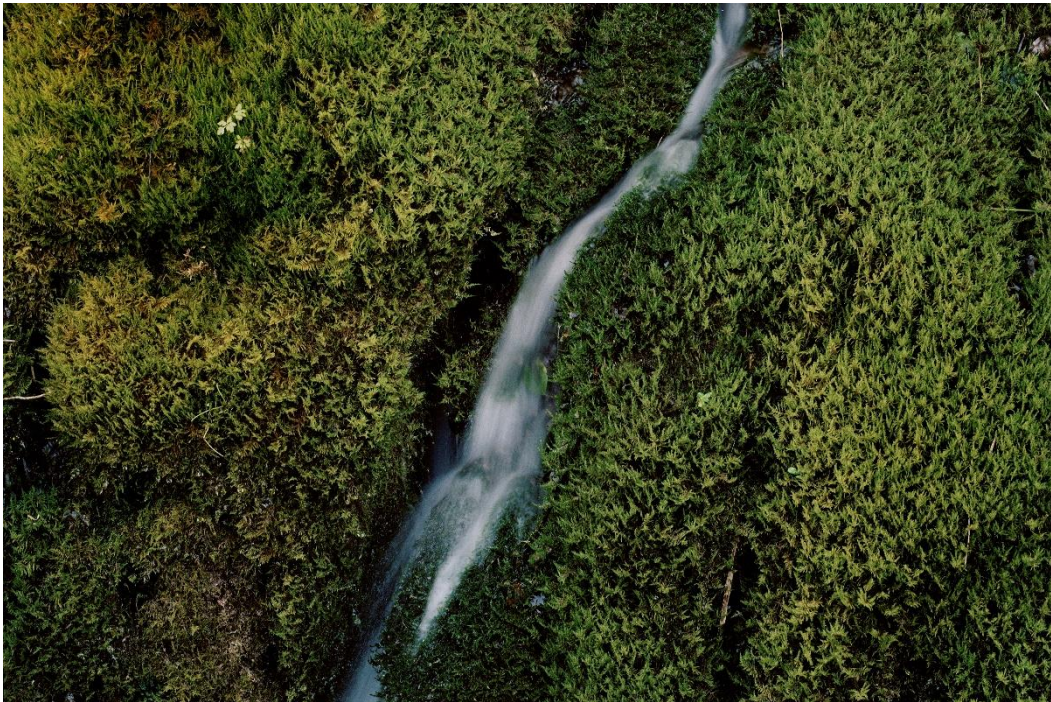


PRESS RELEASE

新闻稿

April, 2025
2025 年 4 月

开云集团发布全新水资源战略，承诺到 2050 年实现水资源正效益



© Peter Marlow / Magnum Photos

巴黎，2025 年 4 月 28 日——今天，继世界地球日之后，全球高端精品集团开云集团正式发布全新水资源战略，承诺到 2050 年实现水资源正效益，并于 2035 年前在集团重点区域实现可量化的净正影响。通过一系列关键目标和举措，开云集团在减少运营用水的基础上，积极修复和再生水体及周边生态系统，绘就高端精品行业水资源正效益新蓝图。

作为开云集团以科学为基础的可持续发展战略下一关键阶段，“水资源正效益战略”的制定旨在减少集团价值链中的水资源相关风险。基于“气候-自然-水”的共生关系，该战略认识到气候变化、生物多样性丧失和水资源短缺的根本原因及影响本质上是相互关联的。通过这一系统性方法，开云集团将推动多重协同效应：恢复生态系统整体功能、促进协作机会，增强集团供应链所在区域的气候适应性与韧性。因此，集团依据基于科学的淡水资源保护目标，将重点关注与集团运营最相关的 10 个重点流域，携手当地利益相关方，切实改善这些地区的水质、水量和水资源可及性。



为推动上述转型落地，实现水资源正效益，开云集团将实施三项关键举措：

- **水资源正效益原材料：**集团的原材料采购将聚焦于减轻自然与水资源压力的材料，如可回收面料和创新替代材料，同时，增加再生农业材料的使用，以减少污染，恢复流域生态。
- **水资源正效益管理计划：**在开云集团的直接运营及供应链中提升水资源管理水平，与战略合作供应商携手共同应对水资源挑战。集团将借助行业最佳实践和创新技术，如无铬和低影响鞣剂，提高水资源利用率，改善集团运营地区的水质和水量。
- **水资源韧性实验室：**开云集团将于 2035 年前在 10 个重点流域设立专门的水资源韧性实验室，以支持水资源正效益管理计划，推动实现水资源正效益。集团将与当地利益相关方（包括供应商、其他企业和行业组织、当地社区、原住民及政府机构）开展合作，采用“气候-自然-水资源”三位一体的方法，助力水资源紧张区域的淡水生态系统修复与补给。首个实验室将于 2025 年秋季于意大利托斯卡纳的阿诺河流域（Arno Basin）启动，该地是集团多个制革厂及供应商的所在地。作为全球重要的河流流域之一，许多高端精品与时尚品牌的供应商及加工制造企业亦坐落于此。整体而言，这些实验室将推动从陆地到海洋的水资源正效益转型进程，从而增强这些地区所有参与方的韧性。

开云集团首席可持续发展官兼政府事务官玛丽-克莱尔·达芙（Marie-Claire Daveu）表示：“在全球生态承载力范围内践行负责任的企业水资源管理已刻不容缓。水资源承诺必须从单纯的减少水资源消耗转变为水资源正效益模式，即再生和补充所有与商业活动相关的水资源及生态系统。开云集团‘水资源正效益战略’旨在推动变革。我们将与当地利益相关方通力合作，落实可量化的水资源正效益成果，以增强社会、环境和经济韧性，并最终为实现所有人能够获得清洁水资源的目标，做出我们的贡献。”

[下载开云集团《水资源正效益战略》，获取更多信息，了解各项目的完整目标清单](#)

关于开云集团

作为由家族执掌的全球高端精品集团，开云集团汇聚满怀热忱与精艺的人才，并荟萃一系列创意品牌，涵盖成衣与高级定制、皮具、珠宝、眼镜及美妆领域：古驰（Gucci）、圣罗兰（Saint Laurent）、葆蝶家（Bottega Veneta）、巴黎世家（Balenciaga）、麦昆（McQueen）、布里奥尼（Brioni）、宝诗龙（Boucheron）、宝曼兰朵（Pomellato）、都都（Dodo）、Qeelin 麒麟、Ginori 1735、开云眼镜及 Kering Beauté。扎根于深厚的创意底蕴，开云旗下各品牌以匠艺臻品与独特体验，坚守集团对于卓越品质、可持续发展与文化遗产的承诺。这一愿景凝练于我们的集团信条——创意传世。2024 年，开云拥有 47,000 名员工，总收入达 172 亿欧元。

Press contacts:

联系我们

Emmanuelle Picard-Deyme | + 33 06 20 38 58 95 | emmanuelle.picard-deyme@kering.com

Mich Ahern | + 44 (0) 7984 684 454 | mich.ahern@gmail.com