



评级档案



中国企业社会责任报告  
评级专家委员会  
Chinese Expert Committee on CSR Report Rating

2019

爱茉莉太平洋中国社会责任报告

AMOREPACIFIC CHINA SOCIAL RESPONSIBILITY REPORT

创造更美丽的世界

创造

一个

更

美

丽

的

世

界

# 爱茉莉太平洋中国 社会责任报告

A MORE Beautiful World

2019

## 目录

---

爱茉莉太平洋集团董事长致辞

爱茉莉太平洋中国总裁致辞

回眸 2019

创新、品质、数字化：传递亚洲之美的力量

30 创新，开启亚洲之美新境界

36 全流程品控，是我们笃守的承诺

40 数字化革新，赋能智美未来

我们与世界的美丽约定

46 构筑与自然共生的生活方式

52 创造有温度的价值共同体

70 应对环境问题，行动刻不容缓

公司介绍

78 关于爱茉莉太平洋中国

80 品牌组合

84 AP WAY

可持续发展体系

责任绩效

未来展望

附录

94 报告说明

96 指标索引

97 评级报告

98 意见反馈

99 特别感谢

## 爱茉莉太平洋集团董事长致辞

尊敬的利益相关方伙伴们：

爱茉莉太平洋集团用美丽改变世界的伟大使命，在过去的75年间一直致力于向世界传达“亚洲之美 (Asian Beauty)”的精髓。我们秉承“以顾客为中心”的原则，追求独一无二的美的价值，面对困境，仍以坚韧的挑战精神引领着美妆行业的革新。

爱茉莉太平洋传承“以美丽与健康造福人类”的创业精神，成为可持续发展企业是我们的必经之路。从1993年囊括品质、服务、环境的“无限责任主义”宣言直至树立并实践“2020可持续发展经营目标”，一如既往的努力正是践行变化的足迹。此时此刻，爱茉莉太平洋集团正致力于帮助企业生态圈内所有利益相关方将Life Style转变为可持续发展的方式，与经济、社会上的合作方一起包容成长，为实现未来世界的循环经济积极探索并实践。

不仅如此，爱茉莉太平洋集团还将与顾客、环境、社会等围绕企业经营的生态圈内所有合作方友好沟通，为驶向更美好的世界而努力。

爱茉莉太平洋集团支持联合国全球契约 (UN Global Compact) 所倡导的人权、劳工、环境、反腐败等相关的10大原则，并努力推进实现人类的共同目标—可持续发展目标 (Sustainable Development Goals)。特别是作为与女性共同成长的企业，为促进全世界性别平等 (SDG 5)，及努力实现负责任的消费和生产 (SDG 12)，勇敢接受多方挑战。

爱茉莉太平洋集团的全体员工相信美丽是改变世界的瑰宝，为实现“创造一个更美丽的世界 (A MORE Beautiful World)”而不断努力。爱茉莉太平洋为造就人类更美好的未来，希望获得各位的鼓励及支持。

爱茉莉太平洋集团董事长  
徐庆培



## 爱茉莉太平洋中国总裁致辞

尊敬的利益相关方伙伴们：

2019年是新中国成立70周年，并且正迈向2020年全面建设小康社会的决胜阶段。中国的发展日新月异，也为来华外企提供了巨大机遇，我们对中国长期向好的大趋势满怀信心。面对充满挑战和机遇的市场环境和新消费格局，爱茉莉太平洋主动求“变”，公司全员以“享受变化”的态度，稳步扎实推进数字化转型、创新产品开发和顾客体验提升。同时，我们也致力于回馈中国社会，通过聚焦“促进可持续生活方式、实现共同成长、发展循环经济”三个关键领域，以联合国可持续发展目标 (SDGs) 中与公司密切相关的八大方向展开行动，力求“创造一个更美丽的世界 (A MORE Beautiful World)”。

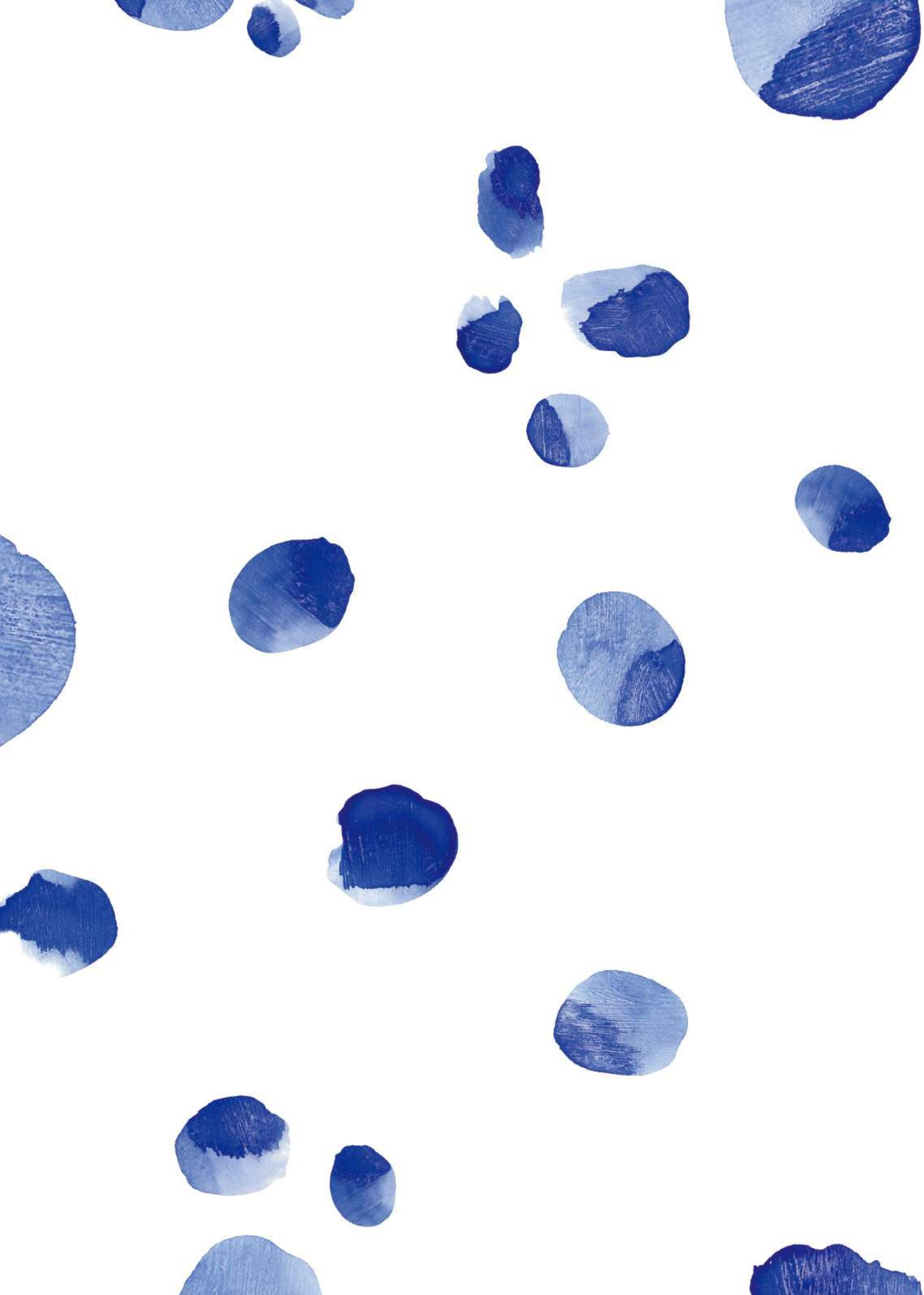
随着数字经济和美妆产业的深度融合，推进数字化变革已超越单一的渠道拓展，成为我们中长期发展的战略课题。2019年，以集团与阿里巴巴签署全球性战略合作协议为里程碑，我们又一次加快了深度数字化转型的步伐。11月，集团携旗下11大品牌再次亮相第二届中国国际进口博览会，全球首发多项智慧美妆科技及个性化体验，持续传递我们对中国市场的承诺和信心。在推进自身发展的同时，爱茉莉太平洋深度响应国家脱贫攻坚的号召，持续开展以女性“两癌”（乳腺癌和宫颈癌）防治为核心的“妆典生命”公益项目；同时，不断创新品牌公益活动、积极促进中国“非遗”手工技艺的研究保护和创新发展，并将绿色消费及可持续生活方式理念传递给更多公众。

进入中国二十余年，我们在挑战中磨练，在变化中成长。我们将全力以赴拥抱变化，携手利益相关方用美丽改变世界，共创更可持续的未来。

爱茉莉太平洋中国总裁  
高祥钦







回眸 2019



## 挑战·变化

位于内蒙古自治区的腾格里沙漠是中国第四大沙漠，也是徒步爱好者的乐园。5月夏暑未至时，21名爱茉莉太平洋管理团队成员在这里集结，一同风餐露宿、踏沙而行，两天里相携完成了30公里沙漠征程。在绵延起伏的沙丘间，湖泊明亮如镜；在裹挟而至的沙暴后，星空触手可及。满目黄沙，只向引路之旗；终点遥遥，但积跬步之功；力有强弱，心自不离不弃。这便是爱茉莉太平洋披荆斩棘的力量、在风云际变中从容应对的底气。

“享受变化”是爱茉莉太平洋2019年的经营方针，也是每一位成员谨记在心的行动纲领：我们不但要善于和“变化”相处，更要通过“变化”创造自己的价值。





## 亚洲智慧 聚焦中国

“亚洲智慧·致美未来”是爱茉莉太平洋第二届中国国际进口博览会的参展主题。再次登上举世瞩目的中国舞台，爱茉莉太平洋带来了旗下11个品牌、近400件展品，品牌和产品数量均比第一届翻番。其中，茉莉美娜（primera）、艾丝珀（espoir）和美可婉（makeon）三个品牌是首次在线下与中国消费者见面。而备受关注的第二代3D打印面膜技术也是甫一出世立即被运往进博展馆安装调试，把中国作为它的全球首秀地。多项创新技术和个性化体验也使爱茉莉太平洋展台收获了可观的人气和好评。短短一周，这里聚集了近百场媒体采访、直播报道，26万人次访问流量，并与政府相关部门、行业人士进行了深入的交流与学习。一年一度的中国国际进口博览会是中国营商环境和市场活力的最佳诠释，也是爱茉莉太平洋致美中国的最好舞台。





## 创新，以消费者为中心

定制新趋势、网红“黑科技”，这项接连在两届中国国际进口博览会上大放异彩、接连捧走2019年红点设计概念奖（德国）和2020 CES创新奖（美国）的跨界合作典范——3D打印面膜技术不但证明了爱茉莉太平洋持续创新的能力，也生动诠释了“以消费者为中心”的创新理念。

近年来，个性化定制已经成为化妆品行业倍受关注的新趋势。它的实质是从“以产品为中心”转向“以消费者为中心”的创新，从消费者去寻找适合自己的产品变成主动满足每一位顾客“量肤定制”的需求和个性化体验。

每年，爱茉莉太平洋都会递交1000多份专利申请；这里诞生过全球第一瓶肌底精华，第一瓶睡眠面膜，第一支气垫BB……改变了许多消费者的美妆习惯。对于“亚洲之美”的凝练智慧和独到诠释，也给全世界的消费者带来了更加丰富和多样化的美丽体验。





AMOREPACIFIC



# 爱茉莉太平洋集团与阿里巴巴集团战略合作签约仪式

AMOREPACIFIC Group and Alibaba Group  
Strategic Partnership Signing Ceremony



## 数字化，从渠道到思维模式

中国不但是全球成长最快的化妆品市场，也是数字化程度最高的消费市场。要理解并满足中国消费者的需求，就必须积极响应他们数字化的生活和消费方式。

早在2012年，爱茉莉太平洋旗下的兰芝品牌就成为首个入驻天猫的高端美妆品牌，引领美妆行业的数字化潮流。时至今日，其对数字化的理解已远非单纯的销售渠道或传播平台，而是贯穿了产品研发、生产、物流、市场营销与顾客服务的全链路环节；甚至对组织架构与经营决策产生了深远的影响。

2019年9月，爱茉莉太平洋集团与阿里巴巴签署全球性战略合作协议，宣布在新品孵化、新零售营销、消费者洞察管理、海外市场拓展等领域与阿里巴巴加深合作，通过大数据赋能进一步释放集团在中国美妆市场的潜力。这一合作可视为爱茉莉太平洋持续深入数字化转型的一个缩影。



## 本土人才，全球视野

在爱茉莉太平洋中国的一般职雇员，有96%都来自本土市场。

作为集团全球化战略的重要组成部分，公司通过不断提升组织架构的本土化运行效率，灵活响应中国消费者多样化的需求，致力于成为一家真正意义上的本土化公司。

为了使员工获得成长和发展的机会，公司针对不同层级和岗位的需求打造了丰富的领导力和专业培训课程，提倡线下授课与线上学习灵活结合、课堂互动与课后反馈教学相长，还通过组织市场调研、课题汇报等形式提供实践和展示的机会。

在组织发展的过程中，不同背景和职能的员工可能会出现沟通上的障碍，公司一方面通过梳理和完善沟通流程来提升效率，另一方面不断探索丰富的活动和沟通形式树立健康的价值观和企业文化。

以人为本、兼收并蓄，全球化的视野和胸襟必将不断拓展美丽事业的新格局。







## 自然主义，美好生活新风尚

中国市场海纳百川、丰富多元，爱茉莉太平洋的美丽事业也在这里不断拓展。

响应消费者对自然主义生活方式的热爱以及愈演愈烈的绿色消费风尚，高端自然主义品牌芙莉美娜（primera）于2019年8月在上海举行了中国上市发布会并同步上线天猫品牌旗舰店；2020年1月，中国首家零售体验店在上海市南京西路商圈开门营业，成为魔都打卡新地标。

primera即为prime（最佳）和era（时期）的结合，寓意生命的最佳时期。芙莉美娜（primera）的主要成分都来自“种子”，它建立了爱茉莉太平洋第一个种子实验室，潜心研究超过500种植物种子。与自然主义的品牌理念相呼应，首家旗舰店也处处体现了低碳环保的设计理念，使用了大量可循环利用的环保材料，如天然碳化软木、有机染料和特殊树脂加工制作的环保木纤维板……当然，它高颜值的工业ins风可以妥妥地确保360度拍摄无死角。

从1992年进入中国市场，爱茉莉太平洋已经陆续引入了十个品牌，她们共同见证和满足着中国消费者对美好生活的热切追求。





## 创造美 分享美

2020年1月，爱茉莉太平洋在上海开设了首家美妆集合店——爱莉达恩（ARITAUM）。在这个美丽的空间里，网罗了30多个品牌的2000多款美妆产品。不仅有爱茉莉太平洋旗下的热门品牌，还有时下备受追捧的国潮美妆和流量热选。

以粉色为主基调的爱莉达恩（ARITAUM）在设计上融入了“美妆咖啡店Beauty Cafe”的概念，不同的情景式布局提供了随心切换的拍摄乐趣，而独特的“免打扰”全自助购物模式又创造了轻松自在的体验空间。即便在刚刚翻新、美妆店云集的吴江路上，它也是一道不会错过的亮丽风景。

让人略感意外的是，除了对品牌熟悉度很高的年轻顾客，试营业期间这里还接待了不少“银发族”。她们有的自己来挑支“牢（很）好看”的口红，有的有老伴在一旁详加参谋。让店员印象最深的一位顾客，是为了住院之前给自己“打打气”。

美是超越边界、丰富创造，美是生命礼赞、历久弥新。经营这份美的事业，我们一直提醒自己——手捧馨香、心怀温暖。





## 妆典生命，助力脱贫

经过四年积淀，以“两癌”（乳腺癌和宫颈癌）防治为主题的女性健康公益项目“妆典生命”已经成为企业投入、城乡联动、多方协作的成功实践。尤其是每年夏天，爱茉莉太平洋与中国妇女发展基金会的联合工作组都会前往贵州、黑龙江等地的县镇乡村，四年来为7万多名贫困女性送去了免费的“两癌”筛查、20多万名女性普及了相关健康知识。

这一项目作为“健康扶贫”的优秀案例，入选了国务院扶贫办评选的《中国企业精准扶贫分领域案例(2018)》，爱茉莉太平洋也是当年唯一入选的化妆品企业。

能够将一个公益项目经年累月地开展下去，甚至在销售渠道尚不触达的偏远地区深耕细作，得益于公司从一开始就确立了高效的企业社会责任运行机制——独立的CSR团队、有力的资金保障以及管理层的大力支持。为了项目的可持续发展，2019年工作组还邀请了第三方评估机构对“妆典生命”项目的社会效应进行了量化分析，从女性健康、家庭受益、医疗和组织能力改善及意识提升等多个维度进行了全面评估并制定了未来的发展方向。

2020年，“妆典生命”将积极响应脱贫攻坚战的号召，把对每一名女性的关爱送到她们身边。



# 金有所属

文化之美

Sulwhasoo



## 文化之美，金有所属

时至今日，人们对品牌的认知早已不仅仅停留于产品和服务；品牌与消费者的对话正逐渐深入生活方式、消费理念以至品牌所蕴含的文化内涵。

进入中国市场近十年，消费者对雪花秀早已不再陌生。大家可能意想不到的是这个全球高端护肤品牌一直致力于文化的保护与传承：2006年，雪花秀在韩国总部发起了雪花文化展。2017年，品牌将“文化之美 (BEAUTY FROM YOUR CULTURE)”公益项目引入中国，与清华大学教育基金会共同成立了“清华大学雪花秀非遗保护基金”。两年来分别以山西漆器髹饰和云南金属工艺为课题，将民间手工艺匠人与海内外专家会聚一堂，通过实地调研、研修交流、成果展示等活动，推动非物质文化遗产与当代审美和生活方式的创新结合。这一项目在中国的落地进一步丰富了雪花秀的品牌内涵，也是企业与学术机构紧密合作、推进非遗资产保护利用方式的拓展创新。





## 无声之役，风月同天

2020年早春一场突如其来的疫情，打乱了所有人的生活节奏。在经历了最初的不安后，每一个个体和组织都迅速找到了自己的角色，投入这场没有硝烟的无声战役。

公司迅速成立应急工作组、首先讨论的问题是尽一切努力保障员工的健康安全。在集团总部的支援下，10万只口罩从韩国发往中国的不同城市，这批宝贵物资帮助员工度过了最艰难的一段时日。形势最严峻时，大多数品牌的柜台和专卖店都不同程度地关闭或缩短营业时间，对一线员工的收入影响很大。对此，管理层做出了从优发放奖金的决定，以传递风雨同舟的关爱与信心。此外，公司还根据国家各地的防疫部署，定时收集员工健康信息、宣传防疫知识。在公司上下齐心协力下，截至2020年3月底，爱茉莉太平洋在中国的1万多名员工，包括460名湖北员工没有发生一例感染。

与此同时，公司还密切关注着武汉的抗疫需求。1月29日，爱茉莉太平洋向武汉捐赠200万元人民币共抗疫情；其后，旗下吕品牌又向武汉的两家定点诊疗医院捐赠了医护人员所需的8400件个人洗护发用品。在今后的公益活动中，爱茉莉太平洋仍将持续响应抗疫工作的需要。

为了早日恢复正常运营，2月10日起，爱茉莉上海美丽妆园（生产、研发、物流基地）和地区总部陆续经批准复工复产。通过积极调整业务结构、组织线上培训，受影响相对较小的线上销售渠道很快全速运转。在政府相关部门的大力支持下，新的物流配送方案也随即部署到位。这些举措为市场的逐渐复苏做好了充足的准备。

但我们并非只是等待春天的到来，我们正在努力描绘一个春天。当那些逆行的英雄们重新做回平凡人，希望每个人都能安享岁月静好、共叙风月同天。



创新、品质、数字化：  
传递亚洲之美的力量



进入中国 28 年来  
我们始终为顾客为中心，深刻洞悉顾客的需求  
传承 70 余年的宝贵经验和丰富积淀  
用持之以恒的自我革新，拥抱变化  
将新技术、新思维深度运用于美妆领域，开发革新产品  
用匠心与中国顾客分享“亚洲之美”

## 创新，开启亚洲之美新境界

自1945年创立至今，爱茉莉太平洋集团一直秉持明确的使命：用美丽改变世界。爱茉莉太平洋集团拥有超过三十个知名品牌，覆盖化妆品、个人护理及保健品等类别，致力于满足全球顾客多样化的生活方式及需求。无论在韩国还是中国，“以顾客为中心”是我们始终不变的核心经营战略，每一项美妆产品的创新和研发技术的提升，都是以“洞察和满足消费者需求”为前提。为将最新和最好的产品展示给全球顾客，我们对技术创新和产品研发的追求永无止境。





## 创新 DNA， 源自与顾客共鸣的初心

1954年，爱茉莉太平洋集团成立了业界首家研究室，随着公司走向全球，在亚洲、欧洲、北美共设立了6大研发基地，在研发和创新技术上持续投入，为不断满足不同地区顾客的需求及持续探索创新产品提供了坚实的基础。自上世纪60年代起，爱茉莉太平洋集团即开始研究人参对于美容护肤的效果，经过数十年的探索，最终揭秘源于人参的复合精华和人参皂苷等稀有活性物质对皮肤的惊人功效，将韩方草本化妆品的水平推上了一个新的台阶；为解决液体和膏体防晒产品不便携带的痛点，从印泥中获得创意灵感，首创气垫液体填充剂型的稳定化技术，推出美妆市场上的全新品类——“气垫”，重新定义了全球消费者的美妆习惯；为解决传统面膜的诸多缺点，开创了新的面膜剂型和美容法，让夜间修护睡眠面膜成为全球顾客追捧的产品……正是因为爱茉莉太平洋集团懂得倾听顾客的需求，才能不断为顾客带来前所未有的革命性创新产品，为顾客带来全新体验，引领全球美丽潮流。

在新的时代背景下，对于年轻一代的化妆品消费者来说，美是必需的，也是个性化的。怎样抓取和满足这些需求，是一个全新的挑战。对消费者需求的深刻洞察、将新奇的创意变成现实的科技能力是实现定制化和个性化之美的关键。在这一新的消费浪潮来临之际，爱茉莉太平洋集团已全面部署“数字化”“定制化”美妆领域，响应消费者多样化的美妆需求，创造性地将3D打印、虚拟现实、人工智能等技术与美妆结合，在产品功能、外形设计、使用体验等维度，抓住消费者痛点，不断超越创新。

### 跨界创新，3D面膜引领定制美妆潮流

提起3D打印，人们往往联想到的是3D打印的汽车零部件、医疗模具或建筑模型，很难将高科技的3D打印和日常护肤的面膜联系在一起。然而随着科技的飞速发展，智能化、技术化的服务和个性化、定制化的产品已经成为化妆品行业发展的一大趋势。

#### 中国首发，全球首秀

2017年，爱茉莉太平洋旗下品牌艾诺碧（IOPE）突破传统面膜的形式，在全球首创3D定制面膜技术，采用“肌肤测试—配比精华—脸型扫描—面膜打印”模式，实现面膜载体到面膜精华液的全方位定制。2018年，艾诺碧（IOPE）的3D定制面膜在首届中国国际进口博览会首次惊艳展出，受到媒体和业界的广泛关注。经过一年的技术升级，2019年艾诺碧（IOPE）3D面膜取得了新的突破，并在2019年第二届中国国际进口博览会上全球首秀。“中国首发”在爱茉莉太平洋产品研发、新品上市、消费者体验管理等方面都具有十分重要的意义，也体现爱茉莉太平洋集团对中国市场的重视。

#### 技术再次突破，体验持续升级

新一代3D面膜连续斩获重量级国际奖项“2019德国红点设计概念奖”以及“CES 2020 3D打印领域创新奖”，相比第一代产品，新一代3D面膜在精细定制化和消费体验方面均取得显著的突破。一代面膜的打印时间需要20分钟，升级后的3D面膜技术仅需5分钟即可完成打印，大大减少消费者的等待时间，提升消费者即时满足体验的同时，更有利于未来与线下门店服务接轨。此外，升级版的3D面膜可根据消费者脸部不同区块的肤质，配比不同的精华配方，采集的面部数据更加细致，以混合肤质为例，T区部位与其他部位进行差异化配方，真正打印出完全贴合每个人脸部曲线，并且一人一品分区定制的面膜。



艾诺碧（IOPE）3D定制面膜技术

## 本土化研发， 让我们更懂中国顾客

中国已迈入以消费者体验为中心的新阶段，个性化、专业化的诉求，正在深刻地影响着企业的产品方向，影响着未来的消费趋势。爱茉莉太平洋集团正在积极寻求数字化时代的改变和突破，为消费者带来高品质的产品和令人愉悦的消费体验，开启更专业、更精准的个性化护肤时代。

### 新一代皮肤光疗仪，智能护肤新体验

美容仪是根据人体生理机能进行调节改善身体和面部的机器，是基于医学、光学、电学、化学等领域上的拓展。2019年中国国际进口博览会，爱茉莉太平洋旗下品牌美可婉（makeon）新一代皮肤光疗仪首次亮相中国市场。美可婉皮肤光疗仪采用最新的LED光和微电流科技，仪器通过感应检测系统对肌肤状态进行测试，针对检测结果智能选择蓝色/黄色/红色三种LED光线，分别达到补水、提亮和提升肌肤弹力的护肤效果。顾客用一个按键，即可实现3秒钟诊断、3分钟护肤，快捷、易操作让顾客轻松上手，低门槛享受护肤“黑科技”。



美可婉（makeon）新一代皮肤光疗仪

中国是爱茉莉太平洋集团最大的海外市场，也是集团6大全球研发基地之一，开发让中国顾客满意的产品是我们一直追求的目标。中国地域及气候的多样性决定了消费市场需求的多元化，本土研发团队针对中国消费者开展系统的需求研究、肤质研究及功效检测。在提高本土研发能力，赋予中国研发中心更多权限的同时，也加大与中国的研究机构、高校、协会等的合作和交流，共同推动中国化妆品的创新发展。希望通过不断聆听顾客声音，扩大交流合作，精进研发水平，为中国顾客带来满意的产品和服务。2019年，公司“美立方Beauty Cube”消费者研究中心开展涉及护肤、彩妆、个人护理品和香水等品类的消费者调研30余次，结合需求调研结果，爱茉莉太平洋上海研究所共完成116个中国专属新品的开发，包括护肤、彩妆和洗护等。

### 持续精进，提升本土研发能力

推进本土研发的落地，一方面我们具有集团强大的研发实力作为基础，另一方面也需要对中国化妆品行业动态和最新技术保持持续的洞察，与本土研究机构深度合作，构建产学研联盟的创新体系，优势互补实现研发能力的共同进步。2019年，爱茉莉太平洋上海研发中心与上海市食品药品检测所合作开发化妆品中包裹防晒剂的检测方法，填补包裹防晒剂的检测空白；与上海海关技术中心遵照已签订的战略合作协议进行动物替代方法的创新性开发，构建完成试验模型和平台，未来将转向方法验证和多实验室联合验证方向；公司每年均委派研究员前往韩国总部或其他外部机构接受相关技术培训，提升专业技术能力；积极参与化妆品新技术研讨会、定制化化妆品调研等行业技术交流会，在交流中碰撞出创新的火花。



## 为中国化妆品行业培养未来人才

爱茉莉太平洋中国于2012年和2015年分别设立了北京工商大学和江南大学“爱茉莉奖学金”，截至2019年底，公司共资助了306名北京工商大学学生、79名江南大学学生，支持本地化妆品人才培养，为中国化妆品行业储备优秀人才。

## 洞悉中国顾客需求，创新驱动产品升级

爱茉莉太平洋中国持续开展消费者需求调研，通过大数据分析洞察消费者偏好，并融入到产品的开发和设计中，将中国顾客对护肤、遮瑕、美白、抗衰老、护发的需求与品牌战略及定位结合，2019年，兰芝、梦妆、悦诗风吟、魅尚萱开发了系列产品，涉及护肤、彩妆、护发等不同领域。

### 兰芝

洞察到年轻一代消费者为了满足快节奏的社会生活方式，期望缩减护肤步骤的新需求，兰芝沁润水嫩柔肤液（昵称牛奶瓶）采用创新霜融水技术，在爽肤水中融入满满一瓶乳霜，让护肤过程更加简单高效。水、霜、湿敷面膜、喷雾一瓶多用满足不同场景的护肤需求。



沁润水嫩柔肤液

### 梦妆

研究发现，相比韩国消费者喜欢自然水光高保湿气垫，中国消费者对于遮瑕和光采的需求较高。在走访沈阳、长春、乌鲁木齐、成都、深圳等不同区域的顾客和美容顾问后，梦妆推出高遮瑕、轻透气的“红蔷薇气垫”与光透亮、更水润的“白桃花气垫”。除产品功效升级外，气垫包装更凸显出“花”这一元素，并采用花瓣形状粉扑，便于鼻翼、嘴角等部位的补妆。



红蔷薇气垫

## 悦诗风吟

悦诗风吟首次携手战略合作伙伴——阿里巴巴旗下“天猫新品创新中心”，以消费者大数据为基础，对1,315名中国女性消费者进行有关肌肤问题困扰的调查研究。调查发现毛孔粗大，以及随之引起的黯淡无光、肌肤老化等一系列肌肤问题已成为中国消费者肌肤护理的最大困扰。市面上简单的毛孔清洁产品已经难以满足当下消费者的护理需求。为解决中国消费者的痛点问题，悦诗风吟结合自身创新实力针对不同肤质的中国消费者推出毛孔细致精华系列，在改善毛孔问题的同时，帮助提亮肌肤、提升弹性，多维度改善皮肤状态。



毛孔细致精华系列

## 魅尚萱

通过世界知名香氛公司针对中国90后消费者的香氛喜好度调研，魅尚萱在2019年开发出专为中国年轻消费者设计的甜梦香氛洗护系列。椰子冰淇淋、玫瑰小甜水、薰衣草马卡龙三种独特甜点风格香氛，精致的包装与甜美诱人的香味，引领糖系生活风潮，深受年轻消费者喜爱。



甜梦香氛洗护系列

名称	单位	2017年	2018年	2019年
研发总投入	万元	2,600	2,756	3,432
科技工作人员数量	人	44	46	49
新产品数量（中国区）	个	370	392	292





## 全流程品控，是我们笃守的承诺

爱茉莉太平洋进入中国28年来始终严格遵守中国法律法规和全球统一的品质标准，秉持“顾客满意、全员参与、持续改进”的质量方针，践行对所有消费者的品质承诺，从原材料的精挑细选严格把控，高标准生产工艺精工细作，到产品品质的严谨检测，全流程管控产品质量，全心全意为用户提供安全和优质的产品。2019年，爱茉莉太平洋中国产品合格率为99.5%，产品Claim率为32ppm。



## 源头把控， 守住产品安全第一关

名称	单位	2017年	2018年	2019年
产品合格率	%	99.97	99.66	99.47
产品Claim率*	ppm	21.9	41	32

化妆品原料和包材的安全直接关系到化妆品产品的质量安全和消费者的健康。公司重视产品原料质量管控，立足源头严控产品质量与安全，根据《化妆品安全技术规范》（2015版）的要求，对工厂原料进行整理分类，完善原料反复检查以及再判定制度；全面排查原料的合规性要求，截至2019年底，共排查1610种原料，收集和管理特殊原料的合规性资料56种，确保使用的原料合规合法，全面保障原料安全。

针对化妆品包材，公司制定严格的质量评估和审查检验制度，包材测试中心承担新产品开发阶段的打样测试和新品包材首批入库时的后加工和功能性测试。2019年，公司对包材的质量标准进行修改，细化了包材外观（如异色点、气泡、划伤、划痕等）的标准要求，调整了包材异物的不合格等级分类与接收限度，提升了对异物质的管控要求，更加严格地把控化妆品包材品质。

## 安全生产， 严守管控标准不松懈

检测合格的原材料在除尘、风淋、脱包等卫生工序后进入对应的称量室，经过专业称量系统的自动识别和控制以及人工再次复核后进入制造车间，制造人员在制造系统的辅助下，按照生产工艺完成内容物生产，最后通过检测合格后的内容物进入灌装车间加工成化妆品成品。在此环节，生产车间的环境卫生水平、现场人员的规范操作，直接影响着生产品质。为了提升生产环境卫生水平，防止异物进入，工厂优化卫生管理流程，再次明确各区域的清洁等级和人员出入流程要求，工作人员须经过两次更衣才能进入清洁区；除了重申规定要求，还定期开展车间环境和操作人员卫生检查，执行严格内控标准，减少车间环境污染；为实现对产品品质的标准化管理，公司对每一款新产品制作检查标准书，包括内容物基本性状、包材组成、标签标识要求和生产注意事项等，并细化灌装量范围，让一线员工准确把握产品生产规范，确保产品品质。

### 化妆品相关卫生要求与爱茉莉太平洋中国内控标准\*\*

项目	要求	建议频次	内控检测频次
洁净区空气总菌数	浮游菌≤1,000 CFU /立方米	1次/半年	1次/2周
	沉降菌 ≤15 CFU /皿	1次/月	1次/2周
工作台表面菌落总数	≤20 CFU /平方厘米	-	1次/周抽样
员工手部菌落总数	≤300 CFU /只手	-	1次/周抽样
去离子水菌落总数	≤100 CFU /ml	-	1次/周取样点全覆盖

在产品出库环节，公司对每批产品进行取样检测，除《化妆品检验规则》要求的常规检验项目外，还对每一批出库的产品进行《化妆品安全技术规范》（2015年）中规定的所有致病菌的检测；另外，公司还按照整个集团的绝对品质要求，对产品进行包括重金属、二恶烷、甲醛等有害物质在内的安全性检测，和防晒剂等有效性检测。

## 出库检测， 绝对品质铸就安心之美

\*注：产品Claim率指影响使用的不良品柜台退货率。ppm指百万分之一。  
\*\*注：CFU是colony-forming unit的缩写，指菌落形成单位，是对被检样品进行卫生学评价的依据。

### 化妆品安全技术规范国家标准与爱茉莉太平洋中国内控标准

项目	国家标准	内控标准
眼部化妆品、口唇化妆品和儿童化妆品菌落总数	≤500 CFU/g(ml)	≤50 CFU/g(ml)
其他化妆品菌落总数	≤1,000 CFU/g(ml)	≤100 CFU/g(ml)
霉菌和酵母菌总数	≤100 CFU/g(ml)	≤100 CFU/g(ml)
耐热大肠菌群	不得检出	不得检出
金黄色葡萄球菌	不得检出	不得检出
铜绿假单胞菌	不得检出	不得检出

### 喜获CNAS\*认可，检测中心筑起品质安全防线

确保化妆品产品质量稳定，专业的检测工作和检测人员是至关重要的。2019年公司检测中心针对管理制度、仪器设备、人员能力进行系统的改善和提升，并正式取得CNAS认可证书，认可项目包括菌落总数、霉菌和酵母菌、耐热大肠菌群、金黄色葡萄球菌、铜绿假单胞菌、苯酚、氢醒七个项目，实验室管理和检测能力得到系统性提升、检测结果更具公信力。

管理制度：按照实验室管理相关标准建立管理体系，制定质量手册、程序文件、作业文件等。

仪器设备：对已有设备进行校准/检定；新购置一台GC-MS/FID气相色谱仪，实现专项专机，极大地缩短了检测时长；微生物实验室新购置超净工作台、灭菌锅、培养箱、冰箱等设备，更替老旧设备满足增加的检测需求。



分析测试中心GC-MS/FID气相色谱仪



公司检测中心分析实验室和微生物实验室通过CNAS认可

人员培训：共组织60余场培训，涉及大型精密仪器的原理、操作、故障排除以及分析方法的操作培训，方法验证与方法确认等，并结合日常工作实践，就实际工作中遇到的各种问题进行讨论与交流，全面提高员工的品质意识和能力。

CNAS认可不仅仅标志着公司实验室体系的完善，实验室的标准化、实验设备的精细化运维、人员意识和能力均实现全方位的提升，更体现公司实验检测能力的一次系统和整体的升级，将为产品品质筑起一道更加坚固的防线。

### 专注细节，严谨检测为品质保驾护航

贯穿生产全流程的产品品质检测工作主要由公司三大实验室开展，包括理化实验室、微生物实验室和分析实验室。公司制定了严格的检测标准和严谨的检测流程，在检测过程中，当出现个别指标不合格的问题时，第一步需要进行复测，并填写检测数据异常及超标情况记录表，留档保存，迅速溯源查找原因，再根据实际情况判断是特批放行或报废处理。如有需要返工的情况，在返工后需再次取样检测，确保品质安全。

除了日常产品品检测工作，公司还建立了内部抽检审核制度。一方面对市售产品开展抽检，按照绝对品质要求进行全项检测，来验证市售产品的品质达到集团要求；另一方面定期对生产批记录进行检查，确保产品全成分以及生产工艺与申报资料的一致性，2019年对特殊用途化妆品的生产批记录完成了抽查，从源头上确保生产的合规开展。

\*注：中国合格评定国家认可委员会（英文缩写：CNAS）是根据《中华人民共和国认证认可条例》的规定，由国家认证认可监督管理委员会（CNCA）批准设立并授权的国家认可机构，统一负责对认证机构、实验室和检验机构等相关机构的认可工作。





## 数字化革新，赋能智美未来

当前的新零售时代下，中国的美妆市场正在经历深刻的数字化变革。大数据分析、云计算、人工智能等现代技术给美妆行业带来了前所未有的革新和丰富多元的美丽体验。在极具竞争活力的中国美妆市场，消费者永远在追逐新潮流的美妆行业，正在进入“快美妆”的趋势。身处其中的爱茉莉太平洋，是数字化美妆的先驱，也是最早涉猎电商平台的美妆企业。

早在2012年爱茉莉太平洋作为第一批海外美妆企业，旗下兰芝品牌率先入驻了国内主流电商渠道。自此，公司进入布局电商的快速通道，截至2019年底，公司旗下在中国经营的十大品牌均已完成在天猫、京东等主流电商平台以及新兴社交平台的布局，实现与消费者的无缝链接。此外，爱茉莉太平洋也是较早落地“新零售”概念的美妆公司。2018年，公司联合电商平台开设了全国首家新零售概念店，将门店的消费行为数据融入大数据体系，帮助公司更精准地沉淀消费价值。

2019年是公司数字化进程的又一个新的起点，爱茉莉太平洋全面启动了数字化革新战略，利用数字化的理念和工具，在研发、设计、市场、销售、服务等环节进行全流程优化，以快速捕捉消费趋势，分析消费洞察，并更精准、更高效地响应市场需求，实现消费价值的最大化。



## 修炼数字化内功， 重塑经营模式

根据公司的战略，爱茉莉太平洋将数字化思维引入企业运营的各个决策环节，包括以数据洞察反向创造产品和服务价值，以数据分析和数据模拟优化产品运营销售的决策，并计划布局云系统以提升内部的数据安全与协同能力。2019年，集团与阿里巴巴正式签订战略合作协议，同时在中国数字化生态城市杭州正式成立一支数字革新团队。此外，公司大力拓展电商和市场部门，以聚拢数据分析和平台销售的资源。不仅所有品牌都能依托集团的数字化资源，在大数据、电商销售、产品研发、营销方式上获得支持。数字化的思维更拓展到了研发生产、IT建设、导购零售培训的方方面面。



爱茉莉太平洋集团与阿里巴巴集团签订战略合作协议

## 数据洞察反向创造价值

在消费升级大背景的持续影响下，产品作为品牌核心，更需要打破与消费者之间的供需壁垒，让不断变化的需求与更新换代的产品紧密结合，而大数据无疑在这一环节成为重要枢纽。从消费者的大数据中沉淀出市场需求，并以此主导企业的美妆产品开发，这种反向创新的模式，正在改写以企业为中心的化妆品传统研发模式。

2019年，爱茉莉太平洋抢滩C2B研发市场，联合电商平台的大数据中心，根据消费者的消费行为数据等反向研发新品。反向研发的新品，在结合大数据的应用后，不仅缩短了产品上新的时间，还将其市场营销过程中包括定价、定销全链条打通。通过消费者数据与产品的深度结合，爱茉莉太平洋正在逐步打造以消费者为中心，以大数据为驱动的数字美妆企业，帮助推动行业实现消费者逆向牵引生产变革。公司旗下兰芝等品牌已经先后以C2B的反向创新方式孵化出护肤新品，并成功推向市场。



兰芝维C修护安瓶精华液

## 大数据， 打造多元化消费体验

在公司内部，爱茉莉太平洋持续优化运营系统和运营方式，用更精确有效的方法去赢得更多的消费者。大数据工具不仅被运用于产品研发，更在零售店铺、客户服务等多方面进行强化。结合数字化技术、娱乐化内容与交互性体验，将平台线上线下会员服务、会员数据打通，为中国消费者带来更个性化和多元化的服务。通过微信商城、天猫等云端消费数据沉淀做指导，爱茉莉太平洋加强服务能力，以个性化、定制化的产品为基础，通过高频率的消费互动创造数字化的消费环境，触达更多的终端消费者，同时给予消费者更精准而真实的美妆护肤体验。

数字化革新与美妆产品服务的结合将不断促使爱茉莉太平洋为中国消费者带来更新颖、更丰富、更能解决消费者痛点的产品和服务，以需求驱动变革，最终实现以消费者为中心的企业使命与愿景。

# 我们与世界的美丽约定

爱茉莉太平洋制定 2020 可持续经营目标

通过改变去实现远大目标的坚强意志

致力于履行对顾客、环境与社会的承诺

积极主动地为下一代创造美好未来

为实现可持续经营目标

爱茉莉太平洋围绕三大领域、八大目标开展多项举措

帮助利益相关方在日常生活中实现“可持续生活方式”

与经济和社会共同体“实现共同成长”

为下一代“发展循环经济”







## 构筑与自然共生的生活方式

爱茉莉太平洋以构筑与自然共生的生活方式为己任，希望通过在产品中融入可持续的细节和理念、品牌店铺的环保设计、多样化的品牌绿色活动，将低碳生活理念传递给更多人。以人为本、以环境为念，我们希望和社会公众一同构建既注重生态保育，又能永续发展的社区，珍惜自然资源以守护地球的未来。





## 践行“3R”原则， 为地球减负

纸张、塑料的创造给我们的生活带来了便捷，但随着消费的增加，资源消耗日益严重，也增加了环境负担。从生产、使用到丢弃，产品的整个生命周期均对环境造成不同程度的影响。爱茉莉太平洋以“3R”原则（Reduce、Reuse、Recycle）为指导，通过环保的设计从源头上改变产品对生态环境的影响，在每一个细节中践行环保，为环境减负。

### 减少原料 (Reduce)

减量化原则要求产品的包装应该追求简单朴实，用较少的原料和能源投入来达到既定的生产目的或消费目的，进而从经济活动的源头就考虑到节约资源和减少污染。爱茉莉太平洋旗下品牌通过使用减量化、轻型化的设计，减少原材料的使用和废物的排放。兰芝沁润水嫩柔肤液Mini Set 取消固定产品内衬，以减少不必要的包装塑料消耗；梦妆自2019年起减少所有彩妆和部分护肤品的说明书，将必要的内容印到产品外盒上，以减少纸张的使用。



兰芝沁润水嫩柔肤液Mini Set



梦妆将产品说明印刷在外盒上

### 重复利用 (Reuse)

通过再利用，人们可以防止物品过早成为垃圾，这也要求再生产中制造的产品和包装容器能够以初始的形式被反复利用，尽量延长产品的使用周期。为了避免浪费和减少塑料的使用，爱茉莉太平洋在气垫产品和部分唇膏产品中附赠或引导消费者使用替换装，并重复使用外壳，创新开发双芯唇膏系列，提高产品性价比的同时减少对环境的污染。



艾诺碧 (IOPE) 无瑕美颜气垫粉底霜搭配替换装



伊蒂之屋迷你双芯唇膏系列

### 再循环 (Recycle)

“再循环”要求尽可能地通过对“废物”的回收、再加工处理使物品在完成其使用功能后能重新变成可以利用的资源，以减少最终废弃物处理量，同时减少原始自然资源的消耗，减轻环境压力。爱茉莉太平洋旗下自然主义品牌悦诗风吟和茉莉美娜 (primera) 通过包装回收、使用再生材料等在输出端和输入端助力循环经济。

悦诗风吟使用绿茶渣和再生纸浆制成的绿茶纸来制作包装盒，减少了原生纸张的使用，从而减少因造纸而导致的树木砍伐，保护地球林地。

茉莉美娜 (primera) 使用再生塑料瓶盖，使废弃塑料经过加工重新回到使用端。由于塑料无法自然降解，回收和使用再生塑料，一方面可以减少废弃塑料品被动物误食的可能性；另一方面，塑料是由石油炼制而成，回收利用再生塑料亦可以节约有限的石油资源。



悦诗风吟绿茶纸包装盒



茉莉美娜 (primera) 再生塑料瓶盖

## 亲环境的原材料和工艺， 坚守绿色美丽

使用天然有机原料的绿色日化产品成为一种新趋势，绿色天然有机原料在日化产品中的应用离不开精细化工在工艺上的支持。爱茉莉太平洋不仅仅关注包装环节的资源节约和循环再利用，对于化妆品内容物原料和制造工艺也不断追求亲环境的目标。

悦诗风吟悦享鲜萃面膜使用的是可自然降解的莱赛尔纤维亲环境膜布。莱赛尔纤维是一种新型人造纤维素纤维，它来自树木内的纤维素，通过采用有机溶剂在物理作用下完成，整个制造过程无毒、无污染，是一种天然的植物纤维，也是一种绿色环保型纤维。

悦诗风吟济州美肤绿茶水，采取亲环境的提取工艺，在采摘绿茶后经酵素处理并榨汁，过程中不使用任何溶剂。悦诗风吟寒兰系列产品，用天然溶剂替代化学溶剂萃取寒兰提取物，在保证产品绿色天然的同时，减少化学溶剂对环境的负担。



悦诗风吟悦享鲜萃面膜



悦诗风吟寒兰系列



## 可持续的零售空间， 绿色消费新体验

爱茉莉太平洋集团致力于经营环境和社会友好型店铺，营造可持续的消费空间。集团从2016年6月开始推出更新版的装修指南，指导店铺绿色装修，加强现场监理力度，在店铺中推广使用LED照明灯具和各种环保装修材料，逐渐提高店铺的环保建材覆盖率。在店铺内，通过环保小贴士和环保知识宣传海报向顾客推广可持续消费理念，让进店顾客体验绿色环保新主张。在中国，爱茉莉太平洋旗下品牌也持续向顾客传递“亲近自然、拥抱自然”的理念。2019年，公司旗下高端自然主义品牌芙莉美娜（primera）进入中国，成为绿色环保的新成员，进一步拓展爱茉莉太平洋绿色的美丽事业，为中国顾客带来新的环保体验。

位于韩国首尔钟路区昭格洞的悦诗风吟“空瓶空间”店铺70%的内部装饰材料是由空瓶制成，它们来自2003年开始的空瓶回收活动中收集的23万个回收瓶，瓶子破碎机放置在商店内部，监视器会显示实时收集的空瓶数量。这是第一家完全履行升级回收理念的可持续经营店铺。



位于韩国首尔钟路区昭格洞的悦诗风吟“空瓶空间”店铺

在中国，悦诗风吟店铺的绿植墙是其鲜明和独特的标签，100%天然植物编植成墙体，安装自动给排水系统，让进店顾客一年四季感受植物和大自然的气息。植物墙不仅给店铺营造舒适的环境，还能保持一定的温度与湿度，给顾客带来新鲜感，创造各种环境和社会友好型效果。在位于上海南京西路的悦诗风吟旗舰店内，设有咖啡馆Green Café和绿色休闲空间，从视觉、触觉、听觉、味觉、嗅觉向顾客传递绿色的感官盛宴。



悦诗风吟中国店铺的绿植墙

### 绿色环保新成员——芙莉美娜（primera）

作为爱茉莉太平洋旗下高端自然主义品牌，芙莉美娜（primera）汇聚了爱茉莉太平洋数十年来对于天然植物成分的科技创新。2019年爱茉莉太平洋将秉持着可持续理念的芙莉美娜（primera）引入中国，并在上海的吴江路开设了首家芙莉美娜（primera）零售体验店，综合展现了从店铺设计、产品配方与包装和绿色消费三大领域的环保实践。

#### 设计，由内而外的自然美学

四处点缀的绿色植物、由各种盛满植物种子的玻璃瓶整齐排列的陈列墙，芙莉美娜（primera）门店宛如一所植物种子实验室，从“Botanist Atelier”（植物学家研究所）设计概念精致演绎了自然主义美学的芙莉美娜（primera）在爱茉莉太平洋建立的第一个种子实验室的真实场景。

在店铺装修上，芙莉美娜（primera）店铺大量运用了可循环利用的环保装修材料，例如天然碳化软木、环保木纤维材料，尽量减少对自然资源的消耗，力求环保无污染。



芙莉美娜（primera）绿色店铺



可循环利用材料制成的环保展示台

#### 产品，细微之处见绿色真章

在一些不容易被发现的地方，芙莉美娜（primera）也始终践行着一贯坚持的低碳环保理念。种子是芙莉美娜（primera）产品的主要原料，从原料开始，芙莉美娜（primera）就为消费者提供绿色安全的保障。产品配方精选法国ECO认证的纯天然原料，在原料选择上尽量减少人为化学成分，不添加动物性原料、矿物油等成分，亦不含人工色素及人工香料，最大程度减少PE、PEG等成分的使用。

在产品的包装上，芙莉美娜（primera）贯彻落实“减塑”的可持续发展理念。植物精粹系列产品使用再生塑料瓶盖，包装容器使用没有涂层的透明玻璃瓶，瓶身上的产品信息标签容易撕开，便于产品使用后进行外包装材料的分类回收。此外，店铺提供的购物纸袋、店铺陈列的产品手册，以及产品包装盒等，均使用FSC认证的环保纸张，并采用环保大豆墨印刷，还将产品说明书印在包装盒内页，避免过度包装以降低对自然环境的压力。



环保包装（FSC认证、大豆墨印刷）



环保购物纸袋、产品手册

#### 消费，也能传递环保态度

环保理念的践行离不开消费者的参与，芙莉美娜（primera）将“Love the Earth”和“Let's Love”活动也带到了中国，将环保和爱心不断传递。消费者购买相关产品，即是对公益作出了一份贡献。

湿地只占地球表面积的6%，但却是地球上超过40%物种的栖息地，保护湿地也就保护了无数的生命。自2012年起，芙莉美娜（primera）每年与东亚湿地保护机构合作开展“Love the Earth”活动，捐出活动所得的部分销售利润，致力于守护日渐流失的生态湿地。2013年起，芙莉美娜（primera）还签署了“全球美丽购买计划”（Beautiful Fair Trade agreement），推出“Let's Love”活动，在印度扎穆伊地区开展“芒果苗捐赠”的活动，购买芒果作为化妆品的生产原料，销售所得部分金额再用于帮助当地少女们实现梦想，将消费转换为“爱心循环”。



“Love the Earth”生态湿地保护活动



“Let's Love”芒果树心愿计划





## 创造有温度的价值共同体

爱茉莉太平洋中国不仅仅为顾客带来美的蜕变，还与内部员工、外部合作伙伴和社区紧握合作之手，传递可持续之美的理念，共享美的价值。在推行员工、合作伙伴和社区共同发展这一维度，爱茉莉太平洋中国一直在努力，不仅持续提升员工的健康和福利，打造良好的工作环境，还将通过扩大本土化采购、对供应商进行可持续经营考核、培训等方式积极协助合作伙伴成长和发展，并持续改善公共福祉，助力构建一个互惠互利的社会。





携手员工，  
共创良好职场环境

作为爱茉莉太平洋中国最为珍贵的资源，员工是企业实现可持续发展的不竭动力。公司将每一位员工视为同舟共济的伙伴，切实保障员工权益，重视员工的发展与成长，为员工提供包容和谐、健康安全的工作环境，致力于与员工携手打造一个稳定持续的事业共同体。

成就，提供学习和成长的机会

信息技术的发展，互联网、大数据、人工智能和实体经济的深度融合，正在改变着我们的生活方式和消费习惯，企业经营方式也必须随之变革。新的工作任务和目标对不同岗位员工的视野、思维方式、技能、知识都提出了新的要求。在这样的背景下，爱茉莉太平洋以培养出“数字时代的开拓者，以顾客为中心的践行者，拥抱变化享受变化的奋斗者，不惧挑战引领未来的领导者”为目标，针对员工的发展阶段、能力、业务等特点，从领导力、专业技能、通用技能等多个方向开发系列培训课程，为每一位员工提供学习和成长的机会，与公司共同进步。2019年，公司员工培训共投入289.58万元，培训时长2,684小时，共计4,630人次参与。

名称	单位	2017年	2018年	2019年
员工培训投入	万元	248.09	252.05	289.58
员工培训时长	小时	3,016	2,248	2,684
员工培训人次	人次	3,479	2,335	4,630

培养面向未来的高潜力人才

2019年，公司基于本土业务和人才发展需求，持续开展高潜人才选拔和培养项目，并进一步拓展人才选拔和培养的深度与宽度。

在选拔方面，公司针对高级及中级管理岗位任职要求，分别选拔对应的下一层级员工作为储备人才，并为他们规划未来5年内的职业生涯发展，有的放矢地推动员工能力进步，提升管理成熟度，帮助员工快速完成当前阶段至未来职位的过渡。2019年，公司通过放宽对高潜人才的服务年限要求和向下延伸高潜人才的职级范围，将更多员工纳入培养计划，共选拔近50名高潜人才参与为期两年的培养计划。

在培养方面，公司针对不同层级人才提供个性化的发展项目，除延续常规培训内容外，2019年公司更加关注培养员工的市场敏感度及提升国际视野，并专门组织人才行动学习小组前往中国各地区的三、四线城市进行市场实地调研，提升高潜人才在战略层面对业务的理解。此外，公司还安排高潜人才参与海外培训，使中国的优秀员工能够有机会与韩国总部及其它国家的员工深度交流、互学互鉴。



优秀员工在韩国总部交流学习

数字化转型下的电商能力提升

随着互联网数字化的购物模式兴起，化妆品行业从传统营销、电商模式快速向新零售模式转型。为积极响应市场变化，爱茉莉太平洋中国启动数字化转型之路，新业务模式对员工的能力发展也提出了新的要求。2019年，公司针对负责电商业务领域的员工，新设“电商能力提升项目”，结合公司数字化战略，培养和提升员工从业务规划到生意复盘的线上店铺运营全链路分析与解决能力，截至2019年底，共开展6个场次，覆盖6大主题，培训232人次。未来，公司将开展更丰富的数字化培训，覆盖更多的领域，让员工与数字化转型中的公司相互促进，共同成长。

帮助一线销售员工实现全面发展

为了帮助一线的店长和美容顾问提升技能，向消费者提供更专业的服务，公司通过线上的“爱茉莉美学堂”和线下的培训、带教，持续提升一线人员的销售服务水平。2019年，公司基于本土业务发展和一线员工个人职业发展，在旗下各品牌进行产品知识教育、服务理念学习以及销售能力提升的基础上，新增精英美容顾问和精英店长培训项目，聚焦员工的销售业绩、团队管理、创新能力、发展潜力等维度，从5,000余名美容顾问中筛选出一批优秀员工加入精英培养项目。

在精英美容顾问项目中，除了培养一线美容顾问的销售能力，公司更注重扩展她们的多元化视野，扩大格局和加强思维力。项目开设服务主题课程培训，帮助美容顾问进一步提高以顾客为中心的问题解决能力；通过探访不同品牌专柜，拓宽她们的视野，促使她从不同纬度思考自身工作中可改善进步的空间；安排自我管理类的课程，帮助美容顾问实现全面发展。

在精英店长项目中，除专业技能外，公司着重帮助店长加强自我管理和提升团队管理能力，更精准地识别顾客，更科学地管理团队、辅导美容顾问等，为下一代储备主管的培养打下良好基础。此外，精英店长们还通过前往爱茉莉上海美丽妆园参观学习等方式，加强对公司的产品研发、生产过程、产品质量的充分认知，提升对公司的全面了解。



精英美容顾问和精英店长

搭建平台，展示自我碰撞才华

为增强员工的自信心与荣誉感，激发员工活力，爱茉莉太平洋为员工搭建起能够充分展现自我的舞台，集团每年通过ABC大赏（Asian Beauty Creator）向全球法人公司征集优秀案例，评选及表彰在各个领域表现优异的集体和个人，让才华与梦想碰撞，激励每个“亚洲之美创造者”求新求变，积极进取。

2019年，爱茉莉太平洋中国响应集团ABC大赏主题“One AP, One Dream”，结合全球经营方针“Exciting Changes”，以“拥抱变化·成就榜样”为主题开展APC大赏（AMOREPACIFIC China AWARDS），鼓励员工踊跃展示在拥抱变化的过程中所取得的优异成绩。经过层层选拔与激烈竞争，评选出的优秀团队及个人作为中国代表参与了全球评选，最终来自电商部门的俞文团队和来自悦诗风吟的尚洁斩获两项集团大奖，在总部的舞台上展现爱茉莉太平洋中国员工的风采。



2019 APC大赏获奖员工领奖



中国员工与全球优秀同事共同登上爱茉莉太平洋集团ABC大赏领奖台



### ▲从0到1，超越自我

现任悦诗风吟新零售Team长的尚洁，2015年加入爱茉莉太平洋，曾用半年时间牵头完成悦诗风吟大数据平台。2019年，在公司决策层的支持和各部门的齐心协力下，尚洁克服团队组建、资源整合、经验积累各方面的困难，成功构建适用于悦诗风吟的新零售系统。

“不管是小程序还是新零售，都是从无到有、从0到1不断创造新事物的过程，虽然这是一个艰难的过程，但是通过这些经历，我们也得到了学习的机会，更收获了继续开拓新领域的勇气和决心。”

——悦诗风吟新零售Team长 尚洁



悦诗风吟新零售Team长 尚洁



电子商务营销团队 (E-Commerce Marketing Team) 俞文

### ▲拥抱变化，不断突破

2019年8月29日，雪花秀天猫超级品牌日盛大开启，通过豪华的明星阵容助阵以及天猫专供新品等丰富创新的玩法，打破线上线下隔阂，实现了与年轻消费者的有效共通和深度链接，重构商品、服务、营销的全链路消费体验。此次品牌日活动正是俞文所在的电子商务营销团队 (E-Commerce Marketing Team) 负责。

“伴随着消费年轻化、个性化、潮流化趋势的到来，千禧一代已经成为美妆产品的消费主力军，重新审视和年轻消费群体的正确交往方式非常重要。‘以顾客为中心’‘倾听顾客的声音’，才能不断突破，创造新纪录。” —— 电子商务营销团队 (E-Commerce Marketing Team) 俞文

### 温暖，源自大家庭的点滴关怀

爱茉莉太平洋中国通过温馨的细节关怀，不断提升员工的归属感。我们努力满足员工多样化需求，营造轻松舒适的工作环境，举办丰富多彩的文体活动，关注女性员工的工作与生活，致力于为每位员工送去公司大家庭的温暖与关爱。

#### 弹性考勤，自主把握工作节奏

为了让员工更好地平衡工作与生活，2019年，公司深化弹性考勤制度，将韩国总部施行的SMART考勤系统改造成为适合爱茉莉太平洋中国的TRUST考勤系统，员工可自行选择三档上班时间，合理规划工作任务，自主把握工作节奏，让办公时间更加愉悦高效，开心工作，享受生活。

#### 尊重和关爱，提升工作幸福感

公司重视为员工塑造安全、健康、舒适、快乐的工作环境，提升员工幸福指数。2019年，为保证母婴室的私密性，公司增设特殊门禁系统，确保孕期和哺乳期员工舒心、安心。为员工安排健康体检，将员工健康问题最为集中的方面设为体检加选项，针对员工特别关注的肩颈腰背疲劳等问题，增加免费的检测和舒缓服务，提升员工健康意识和健康水平。

#### 多彩活动，促进工作生活平衡

公司精心组织丰富多彩的文体娱乐活动，促进员工间交流互动，培养员工集体观念和团队意识，陶冶员工情操，疏解员工压力，营造出团结向上的工作氛围。公司还鼓励员工积极参与街道、工会等举办的拔河比赛、篮球比赛以及白领驿站活动，丰富员工的业余生活，增强员工身体素质，提升团队凝聚力。



员工肩颈治疗



在爱茉莉上海美丽妆园内，绿径和樱花互相映衬，为员工营造美丽、温馨的工作环境。



员工瑜伽俱乐部



爱茉莉太平洋Sports Day

## 强化互利的供应链伙伴关系

供应商伙伴是爱茉莉太平洋在中国事业稳定、持续推进的重要基础。我们坚守互惠互利和可持续发展的理念，推进本地化采购和绿色采购，完善供应商管理机制，促进供应商成长，致力于打造良性的供应链环境，努力推动各方共赢、共同进步。

### 惠及地区社会的负责任采购

采购工作一头连接着外部供应商，一头连接着企业，负责任的采购对于企业优化运作、控制成本、提高质量以及可持续发展至关重要。爱茉莉太平洋中国坚持实践负责任采购，加强本地化采购和绿色采购，通过自身的行动影响更多的行业伙伴向可持续的发展模式转变，营造可持续的商业环境。

#### 本地化采购

产品原料及包材的本地化采购不仅能更好地适应中国本土的需求，与中国的利益相关方建立良好的联系，还可以在加快采购速度的同时，节约运输、进口成本，为中国消费者提供优质且价格合理的产品，真正让利于消费者。随着中国本土供应商在品质、技术、价格等方面的竞争力不断提升，爱茉莉太平洋中国在持续推进本地化采购的同时，结合实际情况推行“统合采购”，将中国本地供应商的材料出口韩国，进一步增加本地供应商的订单量，促进本地供应商发展，创造更多就业岗位，带动当地经济发展。2019年，公司原料和包材本地化采购比例为75.5%，其中包材本地化采购比例达90.1%。

名称	单位	2017年	2018年	2019年
原料和包材本地化采购比例	%	69.6	70.0	75.5

\*注：“统合采购”是指在中韩上市的新品开发中，通过筛选，在中国本地开发并采购竞争力优越的产品，出口到韩国，实现中韩共用包材。



### 绿色采购

绿色产品需要从源头开启严格的环保采购审核，爱茉莉太平洋中国坚持绿色采购原则，充分考虑环境保护、资源节约、安全健康、循环低碳等因素，优先采购和使用低耗、易用、可回收、对环境影响小的原材料，提高材料的再循环和再使用，降低末端环境治理成本。2019年，公司采购OPP或PET等无毒、无味、易于回收的环保材质代替传统使用的PVC收缩膜，并且机械性能好，可以有效减少过度包装；采购FSC认证纸张包装盒和可再生的环保包装，降低原料消耗和促进循环经济。

名称	单位	2017年	2018年	2019年
包材供应商通过质量、环境和职业健康安全管理体系认证的比例*	%	84.2	85.4	89.5

### 供应商管理，促进伙伴能力提升

爱茉莉太平洋中国重视对供应商的管理，建立了完善的供应商引入、培训、审核和日常交流沟通机制，将劳动、安全、环境、企业伦理等可持续发展要素纳入供应商的考核、评审标准，针对供应商存在的不足，提出改善建议，促进供应商提升竞争力，实现与伙伴的共同成长。

#### 供应商引入

公司严格控制新供应商的审核与引入，新引入供应商由品质部和采购部按照各自审核表对其管理文件和车间现场进行评估，通过审核的供应商可正式纳入公司供应商系统，并与使用部门协调，进入业务执行流程。2019年，公司共完成17家新供应商的引入和审核。

#### 供应商培训

爱茉莉太平洋中国鼓励供应商进行技术完善与创新，每年开展供应商大会、组织供应商培训，帮助供应商加强行业沟通与交流。2019年，公司在每年开展线下供应商培训大会的基础上，新增供应商线上培训，侧重于系统操作和检测方法介绍；涉及现场审核或品质控制的培训内容，采用线下培训的方式，便于现场进行案例分析和问题沟通；线上与线下培训相结合，有效提高培训效率。同时，公司还将培训对象拓展至包材、原料和外加工供应商，专门为原材料和ODM供应商设置部分课程，包括原材料入库检验流程、外加工审核项目、ODM工厂环境要求等。

#### 供应商评审

为确保供应商的供货品质和能力，公司定期进行供应商月度评价，包括质量、交期、价格和服务响应四个板块。2019年，公司根据供货量和供货情况，对11家供应商进行可持续经营审核，从劳动、安全、环境、企业伦理四大板块着手，提出20余条改善意见，涉及劳动工时、劳防用品、消防设施、环境内审以及二级供应商管理等，并要求存在较大安全环境问题的供应商及时提交整改报告。

供应商印刷车间环境整改效果



整改前：5S区域划分混乱，产品质量难以把控

整改后：地面干净整洁，产品分类放置

### 践行责任， 创造一个更美丽的世界

#### ▲统一标准，严格管理ODM资质和生产

爱茉莉太平洋在中国的部分产品和原料由本地ODM厂商生产，公司严格按照国家法律法规以及爱茉莉太平洋全球统一标准对ODM厂商进行管理。定期开展实地审核，对照《化妆品生产许可证》的检查表对ODM厂商开展能力审核，涵盖公司架构、生产、实验室管控、对下游供应商的管理等多个方面，以及产品开发、入库、市场流通各环节。同时，优化ODM-TDD\*系统，要求ODM厂商将产品配方录入系统，并进行批量生产前的安全性审核，对产品的品质进行统一管理，截至2019年底，ODM-TDD系统已录入650个产品信息。

#### 供应商改善

爱茉莉太平洋中国通过多种方式帮助供应商进行有针对性的改善和提升。公司自2017年起引入Partner系统对供应商进行线上一体化管理，2019年，Partner系统新增供应商“改善邀请”板块，供应商根据自身情况提出需要的支持，公司第一时间获取信息并提供针对性指导。此外，为方便供应商随时查阅Partner系统的使用方法，公司还制定了系统使用说明书，规范供应商操作流程。

### 妆典生命之美，呵护女性健康

作为富有责任感的全球企业公民，爱茉莉太平洋中国秉持“奉献社会”的经营理念，在推进自身发展的同时，确定了女性、文化、自然生态三大主要公益领域，并倡导员工发挥志愿者精神共同参与，以实际行动践行社会责任，致力于与更多人分享企业发展成果，为促进社会和谐发展贡献力量。



健康是个人和家庭发展的根本前提，没有全民健康，就没有全面小康。许多研究都表明，贫困与疾病通过许多联结相互影响，反复循环，只有将这一恶性循环中的某一联结切断才能打破贫困与疾病的相互作用。因此，精准实施健康扶贫工程，因人施策、因病分类救治，“靶向”拔除因病致贫返贫“病根”，成为打赢2020年脱贫攻坚战的关键之举。

#### 筛查，为“她健康”护航

在危害女性健康的疾病中，宫颈癌和乳腺癌(以下简称“两癌”)是常见的两大“杀手”，通过“两癌”筛查可以提高早诊早治率，降低死亡率，提高女性健康水平。然而，目前中国城市及农村女性预防意识薄弱，农村地区女性普遍不具备自费筛查的经济实力，“两癌”筛查仍存在很大的空白。



2015年,《国务院关于打赢脱贫攻坚战的决定》中表示,将全面实施贫困地区女性“两癌”免费筛查等重大公共卫生项目;要求健全社会力量参与机制,鼓励支持民营企业、社会组织、个人参与扶贫开发,实现社会帮扶资源和精准扶贫有效对接;建立多元资金筹措机制,鼓励社会资本投入,为癌症防治提供公益性支持。爱茉莉太平洋中国深度响应国家推广农村地区公共卫生项目和脱贫攻坚的号召,自2016年开始将“两癌”防治作为履行社会责任和助力健康脱贫的重要课题,携手中国妇女发展基金会设立“爱茉莉太平洋女性专项基金”,精准对接国家“两癌”防治工作要求,以“两癌”筛查为切入点,深入医疗资源相对匮乏的贫困地区,持续开展“妆典生命”公益项目,全面助力健康扶贫工程。



“两癌”筛查项目宁夏站启动仪式

2019年,爱茉莉太平洋中国保持攻坚态势、强化攻坚责任,继续深耕贵州、黑龙江、宁夏回族自治区三省十县,针对“两癌”筛查进行全新的探索和升级,将免费的“两癌”筛查人群从农村扩展至城镇低收入家庭妇女,扩大免费“两癌”筛查受益面,为国家“两癌”筛查项目提供有益补充,还定制“两癌”防治标准教案,帮助当地讲师提高健康讲座的备课效率,以期在不断变化的社会环境和需求下,实现项目的可持续发展,希望通过自身努力为中国实现2020年脱贫攻坚目标贡献一份力量。

指标	单位	2016年	2017年	2018年	2019年
“两癌”筛查受益人数	人	12,078	18,526	20,055	19,108
健康宣传受益(覆盖)人数	人	43,500	80,000	72,300	82,100



为当地女性开展健康讲座



整理筛查档案,方便跟踪随访

2019年3月31日,由国务院扶贫办社会扶贫司、中国社会责任百人论坛联合主办的首届“中国企业精准扶贫优秀案例(2018)发布会”在京召开,爱茉莉太平洋中国的“两癌”筛查项目,入选《中国企业精准扶贫分领域案例(2018)》,成为企业助力健康扶贫分领域中的代表典范。

#### ▲专家点评

“爱茉莉太平洋中国积极响应国家‘精准扶贫’号召,聚焦健康扶贫工作,为贫困地区女性开展‘两癌’筛查项目,扶贫理念定位准,扶贫路线设计清,扶贫措施效果大,扶贫持续性。连续三年选取典型的贫困县,不断扩大筛查版图;开展健康知识讲座和培训,不断提升贫困女性对健康的认知;从前端减少因重大疾病致贫、返贫的概率,‘早预防、早筛查、早治疗’,让越来越多的贫困女性受益。爱茉莉太平洋中国不仅为我国有效开展健康扶贫贡献力量,同时也为我国开展健康扶贫工作提供了宝贵经验。”

——张琦 北京师范大学中国扶贫研究院院长  
摘自《中国企业精准扶贫分领域案例(2018)》

#### 评估,让公益更透明

为全面了解爱茉莉太平洋中国“妆典生命”公益项目的开展情况与实际为利益相关方带来的影响,爱茉莉太平洋和中国妇女发展基金会联合第三方评估机构,并邀请“两癌”防治及医学统计领域的专家组成评估组,深入贵州、黑龙江、宁夏回族自治区等项目一线地区,实地走访调研,共同开展“妆典生命”公益项目调研评估工作,全面测算和评估项目所取得的社会效益,制成《爱茉莉太平洋妆典生命女性“两癌”防治公益项目影响力评估报告》,并于2019年3月在上海发布。

经评估组分析测算,2016至2018年间,“妆典生命”女性“两癌”筛查投入800万元,累计撬动地方配套资金681.54万元,从2017年起撬动资金配比接近1:1;项目总计投入资金1,481.54万元,成果量化值为2,250.53万元;社会投资回报率为1.52,即项目每投入1元钱可以取得1.52元的社会效益。



“妆典生命”公益项目评估报告发布会

#### 影像,定格温暖瞬间

2019年3月,以“没你,不行”为主题的爱茉莉太平洋“妆典生命”影像展在上海拉法耶艺术设计中心拉开序幕。通过影像记录不仅让观影者身临其境地体验“妆典生命”项目组的下乡公益之路,见证公益的爱与力量,还带动了更多人关注女性“两癌”群体,关注女性健康。

“‘妆典生命’女性‘两癌’防治公益项目有效帮助贫困地区女性实现‘早筛查’‘早预防’。通过免费筛查和健康知识宣传的方式,带动了近20万贫困地区女性的健康意识提升和健康习惯的改变,成为了国家‘两癌’筛查工作的有益补充。”

——中国妇女发展基金会秘书长 张建岷

“女性始终是我们最重要的顾客,关怀女性健康也是爱茉莉太平洋发展公益事业不变的初衷。一个更美好的社会离不开女性的支持和推动,作为企业,我们很高兴能够为国家女性健康公益事业提供助力,共同创造一个更美好的社会。”

——爱茉莉太平洋中国总裁 高祥钦



### “没你，不行”主题影像展现场实录



### 回顾，2019全程守护

从2016到2019，爱茉莉太平洋“妆典生命”公益项目已建立起女性“两癌”防治的全程守护，包含深入贫困地区的“两癌”筛查，在城市地区开展“茉莉跑”、品牌联合义卖、影像展提升健康意识，针对“两癌”患友开展“焕彩课堂”传递信心，立足需求为不同人群提供针对性支持，不断提升项目的积极社会效益。



#### 品牌联合义卖

3月，旗下九大品牌通过全国线上线下渠道开展联合义卖，共260,766人次参与。义卖所得部分款项全部捐至“爱茉莉太平洋女性健康专项基金”，用于支持“两癌”筛查及术后康复等女性健康公益项目。



#### 影响力评估报告和影像展

3月，举办“妆典生命”女性“两癌”防治公益项目评估报告发布会暨影像展，通过专项报告以及影像的沟通方式，让公益更透明。



#### 茉莉跑

5月11日，在上海东方体育中心举办茉莉跑，近5,000名爱心跑友参与。跑友们在享受公益嘉年华的同时，也成为传递女性健康知识的使者。



#### “两癌”筛查

7-12月，走进贵州、黑龙江、宁夏回族自治区三省十县，为19,108名贫困女性提供免费“两癌”筛查，为82,100名农村妇女提供68场“两癌”防治健康知识讲座。



#### 焕彩课堂

11-12月，在北京、成都、广州开展焕彩课堂，31名爱茉莉太平洋志愿者通过传授护肤及美妆技巧向212名女性“两癌”康复患友传递美丽与信心。



## 文化之美，赓续守护



清华大学雪花秀非遗保护基金2019年度成果展展品《树人》（左）、《以同为异》（右）

作为爱茉莉太平洋集团旗下的高端护肤品牌，雪花秀秉承自然与人类的和谐、身与心平衡的东方哲学理念，向全世界传递“调和之美源于亚洲智慧”的护肤理念。与此同时，我们也不断深化品牌哲学，将传统文化看作是成就恒久之美的根基，不遗余力地支持和举办各种文化艺术活动，把“文化之美”作为社会责任的延伸。从2006年开始，雪花秀每年定期在韩国举办雪花文化展。2017年，雪花秀将目光从韩国放眼世界，正式启动“文化之美（BEAUTY FROM YOUR CULTURE）”全球公益项目，并率先在中国落地，与清华大学共同成立“非遗”保护基金，不断拓展和深耕，以智慧和行动，致力于中国“非遗”手工技艺的研究保护和创新发展，推动传统之美重新融入现代生活，让文化与传统之美在健康的传承与发展生态中繁荣不息。

2018-2019年，雪花秀“非遗”保护项目分别以山西漆器髹饰技艺与云南金属工艺为研究对象，采用实地调研、理论研究、教育培训及宣传推广四路并行的方式，全面探索非物质文化遗产保护与传承的新路径与新模式。

### 传承·责任

2019年2月，雪花秀与清华大学项目专家组一起组成调研团队，深入云南昆明、个旧、会泽、鹤庆、陇川等市、县进行考察走访，与金、银、铜、铁、锡五种传统金属工艺的代表性传承人面对面接触，记录相关工艺制作的全过程，倾听他们在工艺传承过程中的心得与困难，了解他们对工艺创新的看法与所做的尝试。传承人的执着与坚守让我们深刻意识到支持非物质文化遗产的研究与保护的意义，赋予传统技艺不息的生命力是我们所有人共同的责任。



“文化之美 金有所属”云南金属工艺项目守护人余诗曼对话鹤庆银器制作技艺代表性传承人寸发标

### 洞察·实践

传承的第一步是了解，无论是针对山西漆器还是云南金属工艺，项目团队通过前期大量的走访调研，与匠人学者进行面对面对话交流，掌握和了解传统技艺从业者们的现状和困境，进而探讨和总结出下一步帮助“非遗”技艺重现活力的可行路径。

2019年，项目团队在走访多个云南金属工艺之乡的过程中，看到了很多“非遗”传承人已经积极接纳和学习现代社会的审美与商业互动方式，如鹤庆银器传承人寸发标通过微信进行简单的图片宣传，与顾客沟通并完成销售，但这种方式还不能成为主要收入来源，对于如何更好地应用社交平台以及电商平台，如何找到一个长期发展的模式，打造合适的对外销售模式，甚至建立自己的品牌，“非遗”传承人有着迫切的渴望。



图1 为锡器制作技艺，传承人赖庆国手持电动雕刻笔进行锡器表面纹饰的微雕创作  
图2 户撒刀技艺的传承人项老赛在打磨刀身  
图3 金工传承人金永才在乌铜片上用錾子进行图案篆刻  
图4 项老赛在制作刀鞘  
图5 金永才在指导学徒对器物进行捂黑处理  
图6 金工匠人将银块加热，烧至熔融，灌入开好槽的乌铜表面

云南金属工艺历史悠久，风格各异，特殊的地理位置和历史发展背景使其呈现出显著的独特性和丰富性。当下，云南更是涌现出了一大批传统金属工艺代表性传承人。但同时，金属工艺仍面临着资金匮乏、人才断代、技艺衰退、材料制约，文化内涵缺失等问题。

为了实现对云南金属工艺的研究、保护与推广，项目团队以乌铜走银制作技艺、银饰银器锻制技艺、斑铜制作技艺、户撒刀锻制技艺、锡器制作技艺这五大最具代表性的金属工艺为研究对象，走进传承人的真实生活，并完整记录制作全过程，以期进一步解决金属工艺传承和活化面临的问题。

锻造、打磨、微雕、篆刻、鎏金、镶嵌等复杂的工序，考究的工艺，是几千年来世代金属工艺匠人的智慧结晶。“知者创物，巧者述之，守之世，谓之工”。云南一代代金属工匠在传承前辈工艺技法和智慧的基础上，或通过技艺题材创新注入自己的印迹，或以极富现代感的器型为基础，通过金属材质与传统工艺赋予其独特的美感，将云南金属工艺传承发展下去，并坚定地守护着这一灿烂的华夏文明。



基于对“非遗”传承人各方面需求的洞察与探讨，项目团队每年通过开展研修班的方式为传统匠人们提供学习和交流的平台。2019年的“传统金属工艺传承与创新研修班”邀请到设计品牌创始人担任课程主讲，从市场营销、文化创意、品牌打造等角度让传统匠人们的眼界和思维得到了有益的提升。为帮助学员拓展思维与视野，研修班还赴日本考察，深入了解日本漆器工艺以及金属工艺的发展情况，与当地传统艺人针对金属工艺的发展与创新进行深度交流。



研修班授课



研修班赴日本考察交流

### 展示·成果

每一年，“非遗”保护项目团队都会通过年度成果展的方式，总结分享传统匠人们一年来的学习成果。2019年“文化之美·金有所属”年度成果展上的56件/套作品均来自云南代表性金工技艺大师、清华大学美术学院师生以及传统金属工艺传承与创新研修班学员。



年度成果展发布会现场



“文化之美·金有所属”年度成果展



“文化之美·金有所属”年度成果展



“文化之美·金有所属”年度成果展——刘东作品《云壶》

“作品‘云壶’的诞生深受参加‘非遗’研修班日本手工艺之旅的影响，我看到日本金属工艺将现代潮流设计恰当地融入进传统技艺中，正是受到这样的启发，我尝试融合金属与漆器两种工艺，用传统技艺充分体现金属与漆的材料特性，使这两项古老的艺术焕发出年轻的活力，用中国语言创造出具备现代审美的金作品。”

——金属工艺匠人 刘东

### 延续·焕新

2019年度成果展开幕仪式上，爱茉莉太平洋中国总裁高祥钦先生与苏丹教授联合发布《“文化之美·金有所属”云南金属工艺项目白皮书》，详细介绍了云南金属工艺的发展历史与现状，通过从业者、专家、行业人士的访谈，针对云南金属工艺如何传承与转型进行深度归纳与总结，并赠送给云南省文化部门，作为继续研究与保护云南金属工艺的借鉴文献。



向云南省文化部门赠送白皮书



《“文化之美·金有所属”云南金属工艺项目白皮书》

“清华大学雪花秀‘非遗’保护基金项目激活并提升了云南金属工艺非遗传承人的创新力，唤醒了大众对云南金属工艺的关注热情，全面促进和推动了行业发展。”

——云南省美术家协会主席 罗江

### 保护生态，留住自然之美

地球是全人类赖以生存的唯一家园，爱茉莉太平洋中国认真践行绿色环保理念，主动承担生态责任，努力做生态文明的践行者，呼吁公众树立保护自然、保护生态的意识，传播绿色生态理念，同走绿色可持续发展之路。

#### 兰芝：保护水资源，从点点滴滴开始

兰芝多年来专注研究水科技，自2010年起就不断展开与“水”有关的公益活动。2016年携手世界自然基金会（WWF）发起水资源保护公益活动，四年来始终坚持初心，积极参与三江源地区的水源保护行动。2019年，兰芝第四次发起“喝光瓶中水，空瓶益起来”公益倡导，结合三江源地区独有的国家珍稀动物形象推出公益限量版水凝肌面膜，将销售活动的部分收入捐赠用于三江源地区的生态环境保护。7月18日至20日，兰芝公益志愿者来到三江源隆宝国家级自然保护区，齐力修缮、扩建垃圾拦截网，捡拾、分类源头垃圾，以实际行动为三江源献出公益力量。



“喝光瓶中水，空瓶益起来”公益限量版面膜



兰芝公益志愿者在工作人员的指导下修缮拦截设施



**悦诗风吟：源于自然，回馈自然**

自2000年创立以来，悦诗风吟始终坚持绿色环保的真善之美，将环保公益事业奉为品牌经营哲学的重要元素。多年来，悦诗风吟通过公益林项目、环保手帕等向人们传递绿色环保的正能量。

**▲百万植树计划，为地球增添绿色**

2019年4月，悦诗风吟公益林项目之内蒙古志愿者植树行第七次启程，前往内蒙古通辽地区，栽植树木，修剪树枝，改善土地沙漠化，为地球绵延绿色生机和健康。截至2019年底，悦诗风吟已连续支持该项目8年，共计认捐树苗85,500棵，预计这些树木一生所能吸收的二氧化碳将达上万吨。

**▲限量公益产品，一齐为绿色助力**

悦诗风吟自2010年开始发起环保手帕活动，号召用手帕代替纸巾，呼吁公众尽量减少一次性产品的使用，减少树木砍伐，为地球降温。为了让更多人加入环保大使的行列，2019年，悦诗风吟上市限量版公益产品，配合创意环保手帕特别推出限量环保套装，内含环保袋、环保水杯、定制手机支架和环保大使电子证书，号召消费者共同践行简约绿色的生活方式。限量产品的部分收入将捐赠给“上海根与芽百万植树计划”项目，为中国内蒙古通辽科尔沁沙地植树造林。此外，悦诗风吟还承诺以1万名获得限量版环保套装礼包消费者的名义在2020年的悦诗风吟公益林种植专属树苗，共计1万棵。



悦诗风吟公益林项目



悦诗风吟环保套装礼包

**志愿行动，人人参与**

爱茉莉太平洋中国在公司和品牌层面积极探索符合中国社会需求并且行之有效的志愿服务和公益实践，号召每个人发扬志愿精神，凝聚公益力量，唤醒更多爱心，触发更多人行动，为需要帮助的人们和家庭带去温暖与关爱。2019年，公司在微信员工号（茉莉Plus）上开设个人公益板块，以“个人公益积分”的奖励方式，鼓励员工将自己所做的慈善活动信息上传，希望通过分享与激励，带动其他员工共同参与，让公益星火相连。



爱茉莉太平洋全球志愿者日活动



“日行一善”员工个人公益



爱茉莉太平洋集团从2016年开始发起“全球志愿者日活动”，将每月的第一个星期五定为员工公益参与日。2019年9月，50名来自上海、安徽、湖北等地的爱茉莉太平洋中国员工志愿者为尼泊尔、印度等教育资源匮乏地区的女童们制作了50本精美的故事书，帮助她们了解在各个领域中展现卓越才能的女性励志故事。

2019年，爱茉莉太平洋中国发起“日行一善”员工个人公益的号召，开展冬衣捐赠、捐书、义卖、爱心筹款等公益活动，志愿者将筹集到的冬衣、图书等送到了云南省鸡飞镇里文小学、河北广宗县葫芦中学以及上海宝贝之家病患儿童关爱中心。

2019年11月，为缓解冬季临床用血紧张，爱茉莉上海美丽妆园共20余名员工伸出友爱之手参加无偿献血活动，这是工厂连续第八年组织员工参与无偿献血。

2019年11月，悦诗风吟志愿者来到湖南新化县孟公镇沙洲小学，用书本和陪伴为孩子们带来不一样的圣诞节。截至2019年底，已在全国建立了34所“悦诗风吟绿色爱心图书馆”，共捐赠图书68,000册。

2019年，悦诗风吟向有人公益基金会、浙江省妇女儿童基金会、四川省妇女儿童基金会累计捐赠价值1,532万元的护肤美妆产品，为贫困大学生、环卫工人等送上爱心祝福。

“小己助人，大爱无边。公司开展的‘员工个人公益活动’不仅带动了更多的人参与到公益事业中，也让我们明白了公益不单是捐钱扶贫，是每个人用心、用时间、用行动去把一点点的力量汇聚成爱的汪洋。”

——爱茉莉太平洋中国员工 许琴香

名称	单位	2017年	2018年	2019年
社会公益投入	万元	1,815.37	2,416.15	2885.35



## 应对环境问题，行动刻不容缓

环境恶化是人类面临的共同挑战，影响着国家经济和人们的生活，这种影响不仅仅是当下，很可能会持续到未来。作为创造美、分享美的企业，我们相信美丽不应停留在外在，守护我们的绿色家园亦是我们一直坚守的美丽内核。立足本土，爱茉莉太平洋中国坚持环境友好的经营策略，不断完善EHS的管理体系，通过发展循环经济、使用清洁能源、探索清洁技术和能效提升方案、提高用水效率、减少污染物的排放，共同应对全球环境挑战。





## 精细能源管理， 应对气候变化

爱茉莉太平洋上海工厂不断推进生产过程中的EHS管理体系建设，建立并完善EHS的组织架构，由工厂厂长担任总负责人。公司已建立能源、废水、废气、废弃物、危险化学品等管理体系，设立安全委员会，健全安全生产应急机制，编制《安全生产事故综合应急预案》，定期组织开展消防演练和消防日别、月别检查，有效增强员工安全环保防范意识。2019年，公司从实际的生产和服务需求出发，依据ISO9001:2015、ISO14001:2015、OHSAS18001:2007、ISO22716:2007标准，制定质量/环境安全《管理手册》，明确环境、健康、安全工作重点和细则；签署发布突发环境事件应急预案，提高企业应对和防范风险与事故的能力，及时、有效地对公司突发的重大生产安全、环境事故采取应急救援行动，保证职工安全健康，最大限度地减少环境损害。2019年，爱茉莉太平洋上海工厂在设备维护和更新、人员培训等方面的环保总投入为586.3万元人民币。

2020年1月15日，世界经济论坛在伦敦发布《2020年全球风险报告》，报告预计，气候变化产生影响的速度和范围超出许多人的预期，全球气温正朝着本世纪末上升至少3摄氏度的方向前进。应对气候变化问题是当下最重要的挑战之一，需要政府、企业、公民社会共同行动积极应对。爱茉莉太平洋将减少碳排放作为自身的重要责任，积极探索使用清洁能源、挖掘生产各环节的节能降碳空间，为全球应对气候变化做出自己的贡献。

### 多措并举，降低化石能源消耗

爱茉莉太平洋中国遵守节能相关法律法规，应用科学的管理方法对生产用能过程实施严格控制，建立能源管理系统平台，在线监测主要用能区域和设备，采用信息化手段对能源资源使用实施精细化管理；采用先进的技术进行生产环节的节能改造，在蒸汽锅炉安装烟气余热回收装置，减少排烟热损失，提高能源利用效率；建立光伏发电系统，减少外购电量，降低温室气体的排放。



爱茉莉太平洋上海工厂

名称	单位	2017年	2018年	2019年
全年能源消耗总量	TOE	2,199	2,508	1,969
企业单位产值综合能耗	TOE/产品	0.45	0.37	0.29
温室气体排放量	吨	6,739	7,644	5,801
天然气使用量	立方米	364,355	451,062	478,857

### 绿色物流，为美丽加分

对于日化企业，在生产环节之外，产品物流运输是资源和能源消耗的重点环节，而绿色物流是现代物流可持续发展的必然。绿色物流，以降低对环境的污染、减少资源消耗为目标，利用先进物流技术规划和实施包装、运输、储存、装卸、流通加工等，实现经济利益、社会利益和环境利益的统一。爱茉莉太平洋中国将节约能源资源的理念融入产品打包、仓储、拣货、周转、出库、运输等环节，致力于提升物流全流程的绿色环保。



智能化的仓储拣货系统

### 全流程绿色物流\*

- 1 **打包环节** 通过减少胶带、纸箱的使用，降低气泡缓冲袋厚度，相比原方案年节省胶带2.16万卷，节省纸箱132万个，减少塑料1,848千克。
- 2 **仓储环节** 将物流中心照明设施全部变更为LED灯，降低能耗。
- 3 **拣货环节** 持续升级设备，拣货效率由原有的30.3%提高到45.1%。
- 4 **周转环节** 采用拼箱回收利用，减少纸箱采购，年节省纸箱16.8万个。
- 5 **出库环节** 改善系统打印逻辑，去除不必要打印内容，降低运输单及标签面积，减少纸张消耗。
- 6 **运输环节** 合理规划运输线路，减少运输中转，逐渐普及直达运营模式，提高分发中心使用率，提高运输效率；2019年，全国11个主要城市投入新能源电动车35辆，负责公司75%货物量，有效减少尾气排放。

## 从源头开始， 减少资源消耗

面对资源约束趋紧、环境污染严重的严峻形势，推进生态文明成为全社会共识，在资源使用上应该把节约放在首位，推进资源节约集约利用，提高资源利用率和生产率，降低资源消耗，杜绝资源浪费。爱茉莉太平洋持续推进生产环节和办公区域的资源节约使用，包括减少生产新鲜水耗，倡导简约适度、绿色低碳的生活和工作方式。

### 减少生产环节新鲜水耗

水资源正在变成一种宝贵的稀缺资源，水资源问题已经成为关系到国家经济、社会可持续发展的重大战略问题。水是化妆品生产必用的原料和资源之一，爱茉莉太平洋中国重视水资源的保护，为减少生产过程中的用水量，将去离子水系统产生的浓水回收再利用，每年可节约纯水用水量18,600吨，同时减少废水排放，提高水资源利用率；公司雨水收集系统单次可收集雨水225吨，年收集雨水量达2,000吨，2019年共收集和使用雨水1,844吨，减少废水排放5,578吨，废水回收再利用5,578吨。

\*注：1和4的材料节约量均指以2019年的实际业务量为基准，新的执行方案比旧的执行方案节约的材料量。





用于水净化和浓水回收的去离子水装置

名称	单位	2017年	2018年	2019年*
年度生产用水总量	吨	79,252	102,138	104,288
年度生产用电总量	kwh	8,028,400	8,698,341	10,113,810
废水排放量	吨	38,386	51,130	58,525

### 做可持续办公的行动派

减少资源消耗，需要生产环节和办公场所的协同推进，爱茉莉太平洋中国在日常经营中倡导低碳环保的绿色办公理念，号召全体员工共同建设资源集约型、环境友好型企业。2019年以来，爱茉莉太平洋中国将“绿色办公”列为公司总务部门专项工作来推进，结合本地实际情况，制定执行计划和策略，系统推进全公司的绿色办公落地执行。

以减少纸杯和瓶装水为例，公司大量减少办公室各角落的一次性纸杯，每位员工都用标记着自己个性的马克杯或保温杯来代替纸杯的使用；发起“喝光瓶中水”活动，号召大家不要遗忘会议中、出租车上、运动场上未喝光的瓶装水，倡导喝光最后一滴水，减少水资源的浪费；在公司News Square, 微信员工号（茉莉plus）以及微信公众号等沟通平台上设置“可持续小课堂”专题文章，向员工和公众传递绿色生活和消费的知识，强化绿色办公、低碳生活的意识。随着可持续工作理念的不断渗透，以及公司各项工作的统筹部署，每位员工都从自我做起，从细节落实，努力为“减少一次性消耗”贡献自己的力量。2019年，公司取消10万个一次性纸杯的采购，相当于减少2,450kg二氧化碳的排放。



员工自带水杯

名称	单位	2017年	2018年	2019年
办公用电量	度	354,517	483,924	492,876**
办公用纸量	吨	10.89	10.923	9.999

### 严控三废排放，留住绿水青山

联合国可持续发展目标明确提出到2020年实现化学品和所有废弃物在整个存在周期的环境无害管理，通过预防、减排、回收和再利用，大幅减少它们排入大气以及渗漏到水和土壤的机率，尽可能降低它们对人类健康和环境造成的负面影响。爱茉莉太平洋中国重视生产过程中的废弃物管理、安全存储和无害处理，制定《废弃物管理规定》、《危险废弃物仓库应急预案》等相关制度，并贯彻ISO 14001环境管理体系，根据不同废弃物的储存要求划分储存区域，改善储存条件，增加防泄漏设施，并按照规定对危险废弃物进行妥善处理，防止环境污染。2019年，公司更新废水、废气排放内部标准，严格按照废弃物处理流程进行管理，日常实施在线监督、定期检测排放，确保排放达标。

74 \*注：由于2019年二期工厂投入使用，生产用水、用电和废水排放均有所增加。 \*\*注：2019年办公室面积增加，用电量相应的有所提高。

### 废水处理，追求的是标准之上

提到废水处理间，人们首先联想到的是“充满气味”“刺鼻难闻”“环境糟糕”等词语，但在爱茉莉上海美丽妆园西南角的废水处理间内，气浮、活性污泥、纤维球过滤器、活性炭过滤器等全套高端污水处理设备排列整齐，排水口安装的在线监测设备有序运行，整体环境干净整洁，完全可以没有负担地自由呼吸。负责废水专项管理的支援部员工对每一个设备进行点检，认真检查集水池废水量，查看调节池、生化池、沉淀池的出水、流量等情况，做到初步观察分析。虽然按照国家标准，排放到废水处理厂的废水化学需氧量（COD）最高允许浓度是500mg/L，但工厂内部控制警戒线为100 mg/L，若超出警戒线，支援部会立即关闭出水泵，使出水重新回到调节池进行二次循环处理，并第一时间分析原因、采取相应措施，直至化学需氧量（COD）浓度达到100 mg/L以内方可排放。此外，在生化需氧量（BOD5）、悬浮物（SS）、氨氮（NH3-N）等废水指标上，公司均执行比国家标准更严格的监控标准。



爱茉莉上海美丽妆园废水曝气池

### 废水排放国家环保标准与公司内部标准

污染物种类	国家排放标准	公司内部标准	公司实际排放（2019年）
pH值	6.0-9.0	6.0-8.0	7.0-8.0
化学需氧量（CODcr）	≤500 mg/L	≤100 mg/L	≤50 mg/L
生化需氧量（BOD5）	≤500 mg/L	≤60 mg/L	≤20 mg/L
悬浮物（SS）	≤400 mg/L	≤100 mg/L	≤20 mg/L
氨氮（NH3-N）	≤40 mg/L	≤5-30 mg/L	≤1.0 mg/L

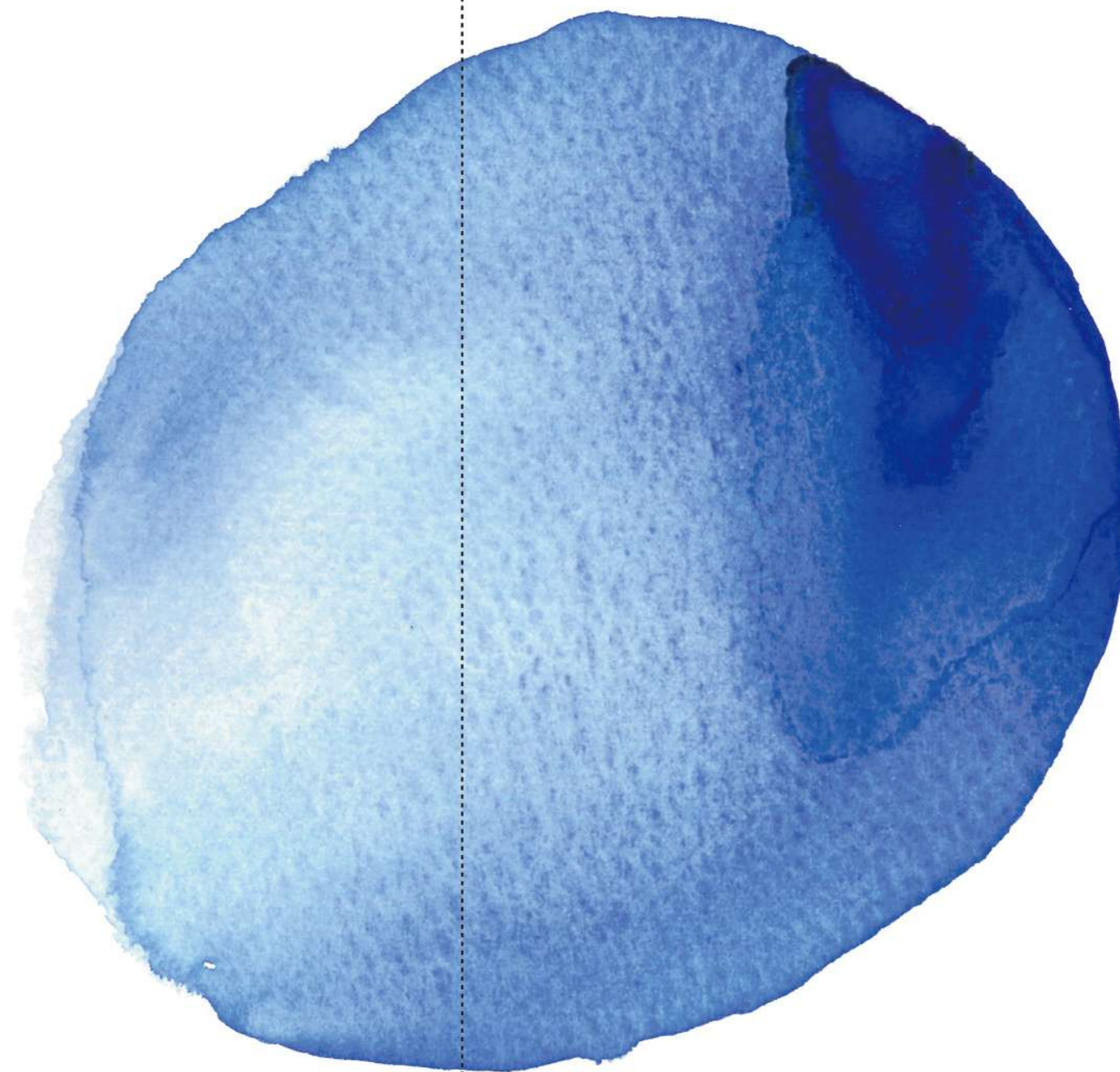
### 废弃物处理流程



名称	单位	2017年	2018年	2019年
废弃物排放量	吨	393	517	286
单位产值废弃物排放量	原单位	0.08	0.067	0.04



# 公司介绍





## 关于爱茉莉太平洋中国

爱茉莉太平洋是一家拥有70余年历史、总部位于韩国的全球化妆品公司。旗下拥有20多个知名品牌，覆盖化妆品、个人护理及生活保健等类别，一直以来始终秉持着“用美丽改变世界”的企业使命。

中国是爱茉莉太平洋最大的海外市场，自1992年以来，已先后引入10大品牌，包括雪花秀、兰芝、梦妆、悦诗风吟、伊蒂之屋、赫妍（HERA）、茉莉美娜（primera）、艾诺碧（IOPE）、吕、魅尚萱以及多品牌美妆集合店ARITAUM爱莉达恩，在中国287个城市设立了4,300个网点，在天猫、京东等主流电商平台以及新兴的社交平台与中国消费者无缝链接。

- |    |   |   |
|----|---|---|
| 上海 |  总公司(市场/销售/支援)   | 爱茉莉太平洋贸易有限公司  |
|    |  产品研发、安全性评价、产品许可 | 爱茉莉太平洋(上海)研发有限公司  |
|    |  化妆品生产等          | 爱茉莉化妆品(上海)有限公司  |
| 北京 |  区域柜台百货管理      | 沈阳  区域柜台百货管理                         |
| 武汉 |  区域柜台百货管理      | 成都  区域柜台百货管理                         |
| 深圳 |  区域柜台百货管理      | 杭州  设立了 A <sup>2</sup> Hangzhou Camp |

名称	单位	2017年	2018年	2019年
销售额	亿元	68.41	72.63	74.17
纳税总额	亿元	13.40	13.38	12.55
员工总数	人	11,125	10,991	10,288



## 品牌组合

Sulwhasoo LANEIGE Mamonde

innisfree

ETUDE  
伊蒂之屋

HERA

primera

IOPE



mise  
scène  
미장센

ARITAUM

## Sulwhasoo

源自韩国的高端护肤品牌——雪花秀矢志追求和谐之境与平衡之美，秉持身与心平衡、人与自然和谐的亚洲哲学理念，将亚洲珍贵草本精华加以现代尖端科技的提炼融萃，奉上调理肌肤的上乘美肤方案，倾献令身心平衡的全方位护理是雪花秀美肌之道精髓所在。

www.sulwhasoo.com  
官方微博：@雪花秀Sulwhasoo  
微信公众号：Sulwhasoo\_China



## LANEIGE

唤醒与生俱来的闪耀之美。水是生命之源，也是肌肤美丽的源泉，兰芝潜心研究“水”20年，不断升级保湿科技，令更多年轻女性实现了拥有健康水润肌肤的梦想。兰芝一直致力于成为美的创造者，致力于帮助更多亚洲女性完成美丽自信的蜕变。

www.laneige.com.cn  
官方微博：@兰芝中国  
微信公众号：laneige\_china



## Mamonde

梦妆以“花朵绽放女性之美”为理念，致力于“发现花朵的美肌奥秘”，从根部到茎部、花瓣，梦妆研究每一朵花蕴含的自然智慧，不断追求自然与科学技术的融合。通过梦妆产品，让女性像Ma Monde（法语：我的世界）一样，创造属于自己的世界，成为这个世界的主人。

www.mamonde.com  
官方微博：@Mamonde梦妆  
微信公众号：mamondeMZ



## innisfree

作为韩国领先化妆品集团爱茉莉太平洋旗下的自然主义品牌，悦诗风吟自2000年创立以来始终坚持绿色环保的真善之美。得益于纯净济州岛得天独厚的自然环境孕育出丰饶物产，以“来自济州岛的自然恩赐”为理念加以精心萃取，为钟爱自然主义的消费者奉上最优质的产品，缔造健康之美。自2012年4月正式进驻中国以来，深受广大年轻消费者的信任与青睐。

www.innisfree.cn  
官方微博：@Innisfree悦诗风吟  
微信公众号：innisfreechina







ETUDE伊蒂之屋不仅让所有女生发现自身的美，并有能力帮助她们变得更美。同时，更以丰富多彩的颜色、值得信赖的品质、甜美的设计、价格合理的产品引领彩妆流行趋势，作为人气年轻彩妆品牌，在韩国甚至全亚洲都得到了众多人的喜爱。

www.etude.cn  
官方微博：@ETUDE伊蒂之屋  
微信公众号：etudechina



## HERA

源于首尔，超越国界，K-BEAUTY的引领者赫妍（HERA），将亚洲之美与时代要素相融合，引领时代卓越美感，精进而感性，干练又柔和，向全世界传递着来自首尔的seoul-chic的独特时尚之美。自2016年正式进驻中国市场，受到越来越多爱美女性的关注与追捧。

www.hera.com/cn/zh  
官方微博：@HERA赫妍  
微信公众号：HERA\_Seoulista



## primera

primera为prime(最佳)和era(时期)的结合，寓意生命的最佳时期。种子萌芽的时刻，是植物生命能量最充沛的阶段。茉莉美娜（primera）建立了爱茉莉太平洋第一个种子实验室，潜心研究超过500种植物种子，采用低温细胞萃取科技，力求完整地提取种子中的浓缩营养。产品成分严选自然，配方尽量减少人为化学成分的使用。以发芽种子的生命力，致力改变肌肤未来。

www.primera-beauty.cn  
官方微博：@primera茉莉美娜  
微信公众号：primera茉莉美娜



## IOPE

艾诺碧（IOPE）是一个扎根于实验室研究成果的高端功能性美妆品牌。为了给各种不同的肌肤问题寻找最佳的解决方案，从皮肤、材料到技术进行一系列的深度研究。通过准确的皮肤诊断，高效能的植物成分，安全及具差别化的碧奥生源技术，为皮肤提供最有效的解决方案。

www.iope.com  
官方微博：@IOPE艾诺碧  
微信公众号：iope-china



盈亮秀发之“吕”，始于健康头皮-高端韩国护发品牌：在东方哲学中将天之气韵称为“律”，地之灵气称为“吕”。如果说头发是“律”，那么头皮就是头发的大地，即称为“吕”。“吕”以高丽人参为主要成分，结合韩国传统精髓并倾注了爱茉莉太平洋尖端科技，致力于从头皮开始护理，有效解决头发问题，帮助每一位女性展现优雅高贵的东方魅力。

www.ryohair.com.cn  
官方微博：@吕Ryo  
微信公众号：amorepacific\_ryo



Mise en scene源于法文的电影用语，意指舞台美学的调度变换，寓意“演绎”。魅尚萱，引领亚洲发妆潮流的韩国品牌，专业创意产品挑战梦想中的发质与发型，令发型成为演绎自我的方式，绽放无限可能。遇见魅尚萱的瞬间，所到之处皆舞台！焕发，演绎无限。

mall.jd.com/index-1000116948.html  
官方微博：@魅尚萱  
微信公众号：amorepacific\_mes



## ARITAUM

ARITAUM爱莉达恩意为“美丽的人打造的美丽空间”，是来自韩国爱茉莉太平洋集团旗下的多品牌美妆集合店，凭借出色的购物体验，在韩国、美国、加拿大已开设1,000多家门店，一跃成为全球爱美女生的美妆潮流风向！2020年，爱莉达恩中国首家概念店空降上海，选址位于魔都中心商圈的潮人聚集地——吴江路四季坊，门店总面积达195平方米，轻松时尚的购物环境，网罗当下热门潮流美妆产品，独特的“免打扰”全自助购物模式，意在为中国消费者打造一个精彩多元的“美丽创造营”！

官方微博：@爱莉达恩ARITAUM  
微信公众号：爱莉达恩ARITAUM  
小红书：爱莉达恩ARITAUM





## AP WAY

企业文化是企业的灵魂，是企业持续发展的原动力。AP WAY是以“美丽”来改变世界的伟大梦想，为实现梦想而提出的爱茉莉太平洋集团的企业文化，同时也是文化的指向标，成为企业日常运营和制定决策的行为规范。

使命

爱茉莉太平洋集团创造内外结合的真正的美，实现人类美丽健康生活的永恒梦想。“用美丽改变世界”的使命，是我们行动的动力。

经营理念

奉献社会	尊重彼此	创造未来
实现人类健康美丽生活的永恒梦想。	尊重彼此的不同，工作中互相帮助，实现共同成长。	以内外和谐之美，实现美之创新。

爱茉莉太平洋集团，作为亚洲之美创造者，将五大价值视为准则和行为指南。

价值

 开放 OPENNESS	开拓思维，敞开胸怀，面向世界。
 诚信 INTEGRITY	真心诚意，全力以赴。
 创新 INNOVATION	不断探索更好的新方法。
 亲近 PROXIMITY	了解顾客，与顾客同在。
 挑战 CHALLENGE	不安于现状，超越自我。

爱茉莉太平洋中国严格遵守中国法律法规、集团的伦理纲领和爱茉莉太平洋（中国）伦理指南，切实做到正道经营。2019年，公司开展线上线下的伦理合规知识宣传和培训，在茉莉Plus微信端开设合规专栏，制作并向员工推送10期法律合规简报、2期法律合规漫画特刊等；在线上开展“反职场性骚扰”“反招聘歧视”“保护公司知识产权”等主题的专项培训，要求员工完成培训后签署合规承诺书；在线下共开展16场次的合规培训，共1,254人参与，通过系列举措提升员工伦理经营意识。

### 爱茉莉太平洋伦理纲领

 热爱顾客	站在顾客的立场上不断创造感动顾客的价值，遵守与顾客的约定。
 尊重员工	珍重所有的员工，以尊重所有员工的方式工作。
 诚信经营	不掩盖事实，不隐瞒问题，不允许用歪门邪道的经营损害未来的利益。
 和谐发展	与多方利益相关者形成公平公正的交易关系，并以此为基础实现共生经营。
 保护公司资产	严守规定使用公司的有形及无形资产，并应该尽最大努力保护公司资产。
 承担企业公民的责任	成为一家社会需要的企业，一家社会尊重的企业。

伦理经营



## 可持续发展体系

我们始终致力于为中国顾客带来美丽，同时不断完善公司的可持续经营管理，从公司战略层面系统规划和指导各环节的实践，让负责任的文化融入运营，为可持续发展夯实根基。

### 可持续经营目标

为了实现爱茉莉太平洋集团2020可持续经营目标，我们以三大领域、八大目标为中心开展一系列的活动，力求改善消费者的生活品质，实现社会共同成长，并为促进自然资源与生态系统的可持续发展做出贡献。

### 促进可持续生活方式



### 实现共同成长



### 发展循环经济



## 可持续发展组织

爱茉莉太平洋中国组建可持续经营最高决策机构——可持续经营委员会，主导可持续经营的战略决策、审查核心课题、制定年度活动策略；明确各业务部门及品牌部门的社会责任职责，促进社会责任融入企业运营和员工日常工作，构建上下协同、共同参与的社会责任推进体系。



#### 项目管理部

作为社会责任管理的执行和对接部门，负责审核可持续发展课题的开展，联络利益相关方沟通。

#### 支援小组

总部可持续经营组作为支援小组，负责指明集团可持续发展战略方向，支持各领域课题的实施及改善；同时提供社会责任报告规划及设计原则指导。

#### 工作小组

具体执行相应课题并进行相应改善，与利益相关方积极进行沟通，收集社会责任工作材料并协助编写年度社会责任报告。

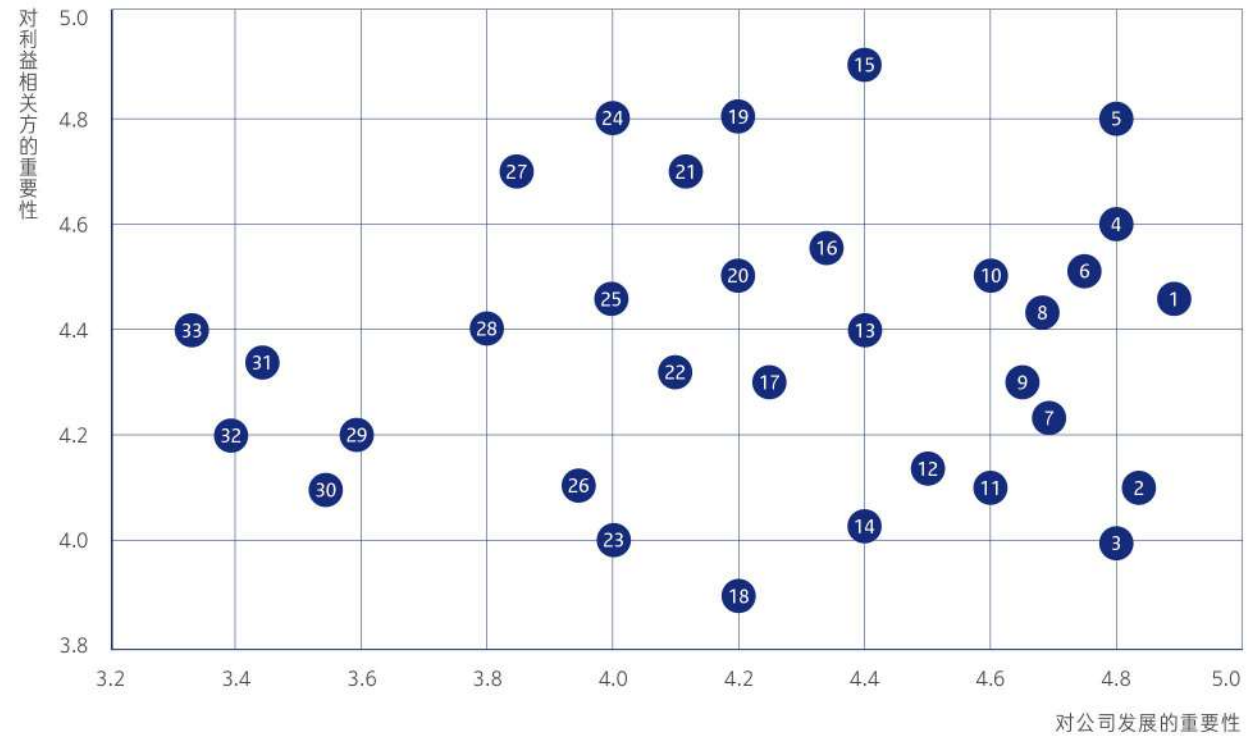
根据爱茉莉太平洋集团2020可持续经营目标，爱茉莉太平洋中国制定了可持续发展中长期规划，2019年围绕年度规划积极开展可持续发展工作，并在年中和年末收集和跟进各相关部门的可持续发展计划，根据实际情况作出调整和改正；积极参与企业社会责任分享活动，如2019在华韩国企业CSR模范企业表彰暨CSR论坛、中国社会责任百人论坛、第十二届中国企业社会责任报告国际研讨会等系列活动，加强同社会各界在社会责任方面的经验交流。



## 实质性议题分析

为增强报告的针对性和回应性，爱茉莉太平洋中国逐步完善公司实质性议题管理，通过中国宏观政策及2019年日化行业相关政策法规分析、国内外社会责任标准研究、优秀企业社会责任报告对标、向内外部相关方发放实质性议题问卷等方式，结合公司发展战略，从“对公司发展的重要性”和“对利益相关方的重要性”两个维度，识别和筛选出2019年重大社会责任议题，并绘制实质性议题二维矩阵，指导公司有目标、有重点地开展社会责任工作。

实质性议题二维矩阵图



1	职业健康与安全	12	促进可持续消费	23	提高能源使用效率
2	员工关怀	13	绿色运输	24	售后和客户投诉应对
3	加强人才培养	14	制定可持续发展规划和战略	25	产品的合规宣传
4	性别平等	15	产品质量和安全	26	应对气候变化
5	社区发展和社会公益	16	保护生物多样性	27	加强与利益相关方沟通
6	员工权益和劳资关系	17	设计和生产社会友好型产品	28	负责任采购
7	精准扶贫	18	建设和经营可持续店铺	29	供应链管理
8	绿色包装	19	客户信息安全与隐私管理	30	减少新鲜水耗
9	设计和生产环境友好型产品	20	安全运营	31	减少废弃物排放
10	绿色环保公益	21	守法合规和伦理经营	32	减少废水排放
11	完善中国区可持续发展组织结构和制度	22	技术创新和研发	33	减少废气排放

## 利益相关方沟通

在长期发展过程中，爱茉莉太平洋中国持续探索与利益相关方有效的沟通方式，通过定期发布社会责任报告，在公司News Square、官方微信公众号建立可持续经营专栏，在公司自媒体平台及主流媒体网站及时披露企业信息，积极参加行业论坛及会议，组织或参与公益活动等方式，搭建多元化内外部沟通平台，传播公司理念及履责动态，增进利益相关方对公司的理解和支持。同时，公司主动倾听利益相关方的期望与诉求，并将相关方意见纳入到公司决策过程中，转化为公司社会责任行动目标和方案。

利益相关方	对爱茉莉太平洋中国的期望	我们的回应与措施
政府	<ul style="list-style-type: none"> <li>积极响应国家政策</li> <li>遵守法律、诚信经营</li> <li>优化管理、管控风险</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>坚守伦理经营，接受政府相关部门监督</li> <li>参与行业法规制定和研讨，促进化妆品行业发展</li> </ul>
顾客	<ul style="list-style-type: none"> <li>确保产品的质量和安全</li> <li>开发适合中国顾客的产品</li> <li>多样化的客户沟通渠道</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>遵守中国和国际标准，保障绝对品质</li> <li>提升本土研发权限和研发能力，洞察中国顾客的需求，开发适合中国顾客的产品</li> <li>开展数字化转型，通过大数据优化运营各环节，更精准、更高效地响应顾客需求</li> <li>引入多品牌美妆集合店ARITAUM爱莉达恩，丰富顾客消费渠道</li> </ul>
环境	<ul style="list-style-type: none"> <li>生产过程对环境影响最小化</li> <li>提供绿色、环境友好的产品</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>更新系统、设备，推进生产和物流环节的能源资源节约</li> <li>强化废气、废水、废弃物管理</li> <li>在公司层面推进绿色办公</li> <li>在设计源头遵守“3R”原则，推进绿色包装</li> <li>使用天然易降解的原材料和亲环境的工艺</li> </ul>
员工	<ul style="list-style-type: none"> <li>保障员工基本权益</li> <li>提升员工福利待遇</li> <li>畅通员工职业发展通道</li> <li>和谐愉快的工作环境</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>开展员工健康检测</li> <li>针对不同岗位、职级的员工开展针对性的培训</li> <li>实施弹性工作制度</li> <li>开展丰富的员工文体活动</li> </ul>
合作伙伴	<ul style="list-style-type: none"> <li>遵守商业伦理</li> <li>公开公平公正采购</li> <li>互利共赢</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>完善供应商可持续经营评估体系</li> <li>与供应商定期交流、共享战略</li> <li>对供应商进行培训、指导</li> </ul>
社区	<ul style="list-style-type: none"> <li>加强地区沟通与交流</li> <li>开展社会贡献活动，支持社会公益</li> <li>提倡员工志愿者活动</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>发布社会责任报告</li> <li>在公司News Square、官方微信公众号建立可持续经营专栏</li> <li>开展“妆典生命”“文化之美，金有所属”“喝光瓶中水”“百万植树计划”等社会公益项目</li> <li>实行“个人公益积分”，倡导员工志愿服务</li> </ul>



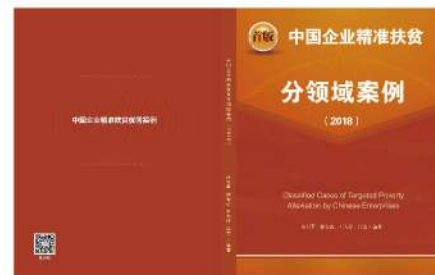
## 可持续发展文化

爱茉莉太平洋中国秉承“创造一个更美丽的世界 (A MORE Beautiful World)”的理念，不断夯实自身履责能力，推动公司可持续经营。积极组织与参与内外部社会责任培训、研讨等活动，了解国内外社会责任最新进展和知识；邀请中国社会科学院专家参与社会责任报告编制过程，提供专业的意见和建议，进一步提升报告整体质量；以官方微信平台为依托，面向员工、顾客等开展可持续发展知识小课堂，在公司内部形成学习社会责任知识、积极践行社会责任的良好氛围，同时向顾客传递可持续发展理念。

## 年度责任荣誉

爱茉莉太平洋中国多年来持续推动落实社会责任工作，积极回应利益相关方诉求，获得了社会各界的广泛认可。2019年，公司先后荣获国务院扶贫办《中国企业精准扶贫分领域案例（2018）》优秀案例奖、韩国驻华大使馆“顾客满足奖”与“优秀活动摄影展大奖”、中国社会百人论坛“社会责任报告领袖奖”等多项荣誉。

活动名称	主办方	爱茉莉太平洋中国所获奖项
中国企业精准扶贫优秀案例（2018）发布会	国务院扶贫办社会扶贫司 中国社会百人论坛	中国企业精准扶贫优秀案例
2019在华韩国CSR模范企业表彰暨CSR论坛	韩国驻华大使馆	· “收典生命”公益项目荣获“顾客满足奖” · 记录“两癌”筛查公益项目的摄影作品“没你，不行”荣获“优秀活动摄影展大奖”
2019 中国企业社会责任报告峰会	中国社会百人论坛	社会责任报告领袖奖
“外企扶贫行动”交流平台年度总结暨研究报告发布会	中国扶贫基金会 中国外商投资企业协会	“外企扶贫行动”成员证书
第十二届中国企业社会责任报告国际研讨会	可持续发展经济导刊 中国可持续发展工商理事会	“金蜜蜂2019优秀企业社会责任报告·外商及港澳台企业奖”
“共创社会价值新时代”主题论坛暨第四届社会价值共创中国企业社会责任卓越案例颁奖典礼	复旦大学管理学院 思盟企业社会责任促进中心 中智关爱通	卓越奖
2019年中国典范雇主评选	前程无忧	2019年中国典范雇主



2019年，爱茉莉太平洋中国“两癌”筛查项目入选《中国企业精准扶贫分领域案例（2018）》，成为企业助力健康扶贫分领域中的代表典范。



2019年，爱茉莉太平洋中国获得前程无忧“2019年中国典范雇主”。

## 责任绩效

	单位	2017年	2018年	2019年
<b>经济绩效</b>				
销售额	亿元	68.41	72.63	74.17
纳税总额	亿元	13.40	13.38	12.55
产品合格率	%	99.97	99.66	99.47
产品Claim率	ppm	22	41	32
研发总投入	万元	2,600	2,756	3,432
科技工作人员数量	人	44	46	49
新产品数量（中国区）	个	370	392	290
合同审核率	%	100	100	100
合同履行率*	%	99.9	99.9	99.9

\*注：数据包含极个别未在约定期限内履约的合作商。



	单位	2017年	2018年	2019年
<b>社会绩效</b>				
员工总数	人	11,125	10,991	10,288
一般员工总数	人	1,687	1,821	1,850
销售员工总数	人	9,438	9,170	8,438
韩国驻华员工人数	人	59	66	85
女性员工比例	%	76.2	76.0	76.0
报告期内吸纳就业人数	人	6,935	5,136	3,482
高层管理者中女性员工比例 (部门负责人及以上)	%	48.9	50.0	53.0
高层管理者中本地员工比例	%	68.1	67.9	65.15
员工本地化率	%	96.5	96.3	95.35
劳动合同签订率	%	100	100	100
社会保险覆盖率	%	100	100	100
每年人均带薪休假天数	天	8	10	12
员工培训投入	万元	248.09	252.05	289.59
员工培训时长	小时	3,016	2,248	2,684
培训人次	人次	3,479	2,335	4,630
顾客服务中心接受产品 与服务培训覆盖率	%	100	100	100
员工满意度*	%	72	65.3	64.1
员工流失率	%	24.9	24.7	24.29
顾客之声 (VOC)	件	79,609	91,203	81,018
顾客投诉3日解决率	%	85.0	91.8	96.0

	单位	2017年	2018年	2019年
顾客满意度	%	98.9	99.3	99.4
原料和包材本地化采购比例	%	69.6	70.0	75.5
包材本地化采购比例	%	83.6	88.2	90.1
包材供应商通过质量、环境和职业 健康安全管理体系认证的比例	%	84.2	85.4	89.5
安全生产投入	万元	105	330	148
安全培训次数	次	26	16	16
安全生产事故数	次	2	2	2
员工伤亡人数	人	0	0	0
“两癌”筛查惠及人数	人	18,526	20,055	19,108
社会公益投入	万元	1,815.37	2,416.15	2885.35
<b>环境绩效</b>				
全年能源消耗总量	TOE	2,199	2,508	1,969
企业单位产值综合能耗	TOE/产品	0.45	0.37	0.29
温室气体排放量	吨	6,739	7,644	5,801
天然气使用量	立方米	364,355	451,062	478,857
年度生产用水总量	吨	79,252	102,138	104,288
年度生产用电总量	千瓦时	8,028,400	8,698,341	10,113,810
废水排放量	吨	38,386	51,130	58,525
废水减排量	吨	2,709	5,578	5,203
废水再回收利用量	吨	2,709	5,578	5,203
废弃物排放量	吨	393	517	286
单位产值废弃物排放量	原单位	0.080	0.067	0.04



## 未来展望

2020年是爱茉莉太平洋2020可持续经营目标的收官之年，我们将继续围绕“促进可持续生活方式”“实现共同成长”“发展循环经济”三大领域中的八大目标践行我们的可持续承诺，并广泛征求利益相关方的意见和建议，评估我们的实践和绩效，结合新时期的挑战制定新阶段的可持续发展战略规划，希望通过我们的努力和实践为下一代“创造一个更美丽的世界（A MORE Beautiful World）”。

## 附录

### 报告发布周期及时间范围

本报告是爱茉莉太平洋中国（或“公司”“我们”）发布的第六份企业社会责任年度报告，向社会各界公开爱茉莉太平洋中国的社会责任绩效。本报告时间范围为2019年1月1日至2019年12月31日（部分内容超出上述范围）。

### 报告组织范围

本报告记述了爱茉莉太平洋贸易有限公司、爱茉莉太平洋（上海）研发有限公司、爱茉莉化妆品（上海）有限公司及中国各地区分公司的社会责任活动和成果。本报告部分内容涉及爱茉莉太平洋集团相关信息。

### 参考标准及可靠性保证

本报告在编制过程中参考了全球报告倡议组织GRI《可持续发展报告指南（G4）》、国际标准化组织《社会责任国际标准》（ISO26000）、GB/T36001-2015《社会责任报告编写指南》以及中国社会科学院《中国企业社会责任报告指南（CASS-CSR4.0）》。

公司承诺本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

### 信息来源与数据说明

本报告所使用数据均来自公司的正式文件和统计报告，所引用的数据为最终统计数据。报告中的财务数据以人民币为单位，特别说明除外。

### 编制流程

本报告编写经过国内外企业社会责任标准分析、同行业企业社会责任报告对标、管理层审定等步骤，确保报告信息客观、规范、诚信、透明。



## 年度信息披露——年度社会责任报告



## 日常信息披露

公司在官方微信公众号设置企业责任专栏，您可阅读更多社会责任相关信息或下载本报告的电子文本。

公司官方微信名：爱茉莉太平洋  
 若您需要纸质版报告，可以通过以下方式联系我们：  
 地址：上海市石门一路288号兴业太古汇香港兴业中心一座7楼  
 电话：（8621）2329 0666  
 Email: csr-china@cn.amorepacific.com



一级标题	二级标题	中国企业社会责任报告编写指南 (CASS-CSR4.0)	报告位置
爱茉莉太平洋集团董事长致辞		P2.1-2.2	04
爱茉莉太平洋中国总裁致辞		P2.1-2.2	05
回眸2019		M2.4, M3.4, S1.5, S2.14, E1.7, S4.6-4.7, S4.9, S4.12	06
创新、品质、数字化： 传递亚洲之美的力量	创新，开启亚洲之美新境界	M2.1, M2.4-2.5, M2.7, M3.6	30
	全流程品控，是我们笃守的承诺	M2.2-2.3, S3.1	36
	数字化革新，赋能智美未来	M2.4, M3.4, M3.6	40
我们与世界的美丽约定	构筑与自然共生的生活方式	M2.12, E1.1, E1.3, E2.1, E2.2, E2.17, E2.19, E1.5, E2.23, G6.3	46
	创造有温度的价值共同体	S2.6, S2.11-2.12, S2.14, S2.15-2.16, S2.17, S4.1, S4.4-4.7, S4.9-4.10, S4.13, M3.8, M3.10-3.11, M3.14-3.15, E1.6, E1.9, E1.12, E2.8, E3.3-3.4, E3.6	52
	应对环境问题，行动刻不容缓	S3.1-3.3, E1.1-1.2, E1.8-1.9, E2.3-2.9, E2.11, E2.13-2.17, E2.21, E2.24-2.25, E3.1-3.2	70
公司介绍	关于爱茉莉太平洋中国	P4.1-4.4, M1.6, S1.3	78
	品牌组合	P4.3	80
	AP WAY	G1.1-1.2, M1.4, M3.1, M3.5, M3.7, S1.1-1.2, S2.2, S2.7-2.8	84
可持续发展体系		G1.2, G2.1, G2.3, G3.1-3.3, G4.1, G5.1, G6.1-6.3, A3	86
责任绩效		A2	91
未来展望		A1	94
附录	报告说明	P1.1-1.3	94
	指标索引	A5	96
	评级报告	A4	97
	意见反馈	A6	98
	特别感谢	—	99

《2019 爱茉莉太平洋中国社会责任报告》评级报告

受爱茉莉太平洋中国委托，“中国企业社会责任报告评级专家委员会”抽选专家组成评级小组，对《2019爱茉莉太平洋中国社会责任报告》（以下简称《报告》）进行评级。

一、评级依据

中国社会科学院《中国企业社会责任报告指南（CASS-CSR 4.0）》暨“中国企业社会责任报告评级专家委员会”《中国企业社会责任报告评级标准（2020）》。

二、评级过程

1. 评级小组审核确认《报告》编写组提交的《企业社会责任报告过程性资料确认书》及相关证明材料；
2. 评级小组对《报告》编写过程及内容进行评价，拟定评级报告；
3. 评级专家委员会副主席、评级小组组长、评级小组专家共同签署评级报告。

三、评级结论

过程性 (★★★★☆)

集团公关部牵头成立报告编写组，中国区总裁担任总负责人，中国区总经理担任编写组组长，把控整体方向及关键节点，韩国总部负责审核报告内容；将报告定位为披露履责信息、强化利益相关方沟通、提升社会责任管理水平的重要工具，功能价值定位明确；构建可持续发展关键绩效指标体系，并纳入KPI考核，增强可持续发展考评力度；根据国家宏观政策、行业对标分析、公司发展战略、利益相关方调查等识别实质性议题；计划通过官方网站发布报告，并将以电子版、印刷品等形式呈现报告，具有领先的过程性表现。

实质性 (★★★★★)

《报告》系统披露了产品质量管理、产品服务创新、针对特殊群体的产品设计、职业健康管理、安全生产、危险化学品管理、产品包装减量化、减少“三废”排放等所在行业关键性议题，具有卓越的实质性表现。

完整性 (★★★★☆)

《报告》主体内容从“创新，开启亚洲之美新境界”“全流程品控，是我们笃守的承诺”“数字化革新，赋能智美未来”“构筑与自然共生的生活方式”“创造有温度的价值共同体”“应对环境问题，行动刻不容缓”等角度系统披露了所在行业核心指标的80.01%，完整性表现领先。

平衡性 (★★★★)

《报告》披露了“安全生产事故数”“员工伤亡人数”“员工流失率”“产品Claim率”等负面数据信息，具有优秀的平衡性表现。

可比性 (★★★★★)

《报告》披露了“纳税总额”“产品合格率”“研发总投入”“女性员工比例”“办公用电量”“废弃物排放量”等52个关键绩效指标连续3年的对比数据，可比性表现卓越。



可读性 (★★★★★)

《报告》延用“创造一个更美丽的世界”的主题，系统阐述企业年度履责理念、行动与成效，框架结构清晰，重点议题突出，回应了利益相关方的期望与诉求；章节跨页选用契合篇章主题的实景大图，并嵌入叙述性引言，提纲挈领，便于读者快速把握重点，提升了报告的易读性；多处嵌入二维码延伸阅读报告内容，增强了报告的沟通性；引入第三方证言佐证企业履责成效，增强了报告的公信力；设计风格简约清新，表达元素灵活多样，提升了报告的悦读性，具有卓越的可读性表现。

创新性 (★★★★★)

《报告》开篇设置“回眸2019”，图文并茂，生动展示企业年度十大亮点行动，凸显了企业的履责意义；积极回应打赢脱贫攻坚战、打赢疫情防控阻击战等热点时事议题，彰显了企业贯彻宏观政策的责任担当；首次编制发布《爱茉莉太平洋妆点生命-女性“两癌”防治公益项目影响力评估报告》，坦诚客观地披露公益领域责任行动与实际成效，构建了多形态的报告体系，创新性表现卓越。

综合评级 (★★★★★)

经评级小组评价，《2019爱茉莉太平洋中国社会责任报告》为五星级，是一份卓越的企业社会责任报告。

爱茉莉太平洋中国社会责任报告连续第三年获得五星级评价

四、改进建议

1. 增加行业核心指标的披露，进一步提高报告的完整性；
2. 增加对履责不足之处的详细披露，提高报告的平衡性。

评级专家委员会副主席

评级小组组长

评级小组专家

过程性评估员 任姣姣

出具时间：2020年5月29日



扫码查看企业评级档案



## 意见反馈

尊敬的读者：

您好！非常感谢您百忙之中阅读《爱茉莉太平洋中国2019社会责任报告》。为不断改进报告工作，我们特别希望倾听您的意见和建议，请您协助完成意见反馈表中的相关问题，并选择以下方式反馈给我们：

邮寄：上海市石门一路288号兴业太古汇香港兴业中心一座7楼  
爱茉莉太平洋中国 公共关系部

### 您的信息

姓名：

工作单位：

职位：

联络电话：

传真：

电邮：

选择题（请在相应位置打√）

选项	很好	较好	一般	较差	很差
本报告全面、准确地反映了爱茉莉太平洋中国对经济、社会、环境的重大影响					
本报告对利益相关方所关心问题的回应和披露					
本报告披露的信息、指标、数据清晰、准确、完整					
本报告的可读性，即报告的逻辑主线、内容设计、语言文字和版式设计					

### 开放性问题

1. 您认为本报告最让您满意的方面是什么？

\_\_\_\_\_

2. 您认为还有哪些您需要了解的信息在本报告中没有反映？

\_\_\_\_\_

3. 您对我们今后编制可持续发展进展报告有何建议？

\_\_\_\_\_



您也可以通过手机扫描二维码，  
填写电子问卷反馈意见

## 特别感谢

报告书制作团队

爱茉莉太平洋中国公共关系部

报告书支援

爱茉莉太平洋可持续经营组

内容资料提供及审核

高祥钦、金大溟、朴燦圭、延在昊、JEONGHWA OH、许春杰、张艳珺、王俊、李乐、刘冬梅、王丽萍、吕溪、刘琼、金雪花、陶蓉蓉、蔡文虎、林森、杨婷婷、樊博、朴祐用、杨征磊、陆婷婷、王妍、徐雷、王洁、米明明、许琴香、孙岚、桑丹丹、钱丹妮、张颖、韩婷婷、刘斯思、张珩、郑婷婷、赵洁、江雪、傅璐敏、蔡英姬、蒋琦、顾明、任苹、秦艳、钟燕、杨斌、徐雅琦、於岚、潘洁华、何佳音、徐宁、徐海天、张远行、汤紫琼、张晨媛、魏迪、潘璐、唐婕、朱煌、Sujin Kim、Younggon Kim、朱世超、金丽、文靖丽、张香丹