



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

2020

爱茉莉太平洋中国社会责任报告

AMOREPACIFIC CHINA SOCIAL RESPONSIBILITY REPORT

创
造
美
更
明
的
世
界

创造

一个

美丽的世界

更

美

丽

的

世

界

爱茉莉太平洋中国 社会责任报告

We Make A MORE Beautiful World

2020

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

公司愿景

AP使命及原则 (ABC Spirit)

爱茉莉太平洋在中国

08 旗下品牌

12 产品创新和研发

14 品质和服务

15 伦理经营

创造美丽，促进可持续生活方式

18 产品新美学：Less is More

22 See Green, Go Green

分享美丽，实现共同成长

26 与员工分享成长之美

31 与伙伴分享共赢之美

34 与社区分享和谐之美

呵护美丽，发展循环经济

46 绿色生产，创造可持续

50 绿色运营，守护全流程

可持续发展体系

关键绩效

未来展望

附录

60 报告说明

62 指标索引

63 评级报告

64 意见反馈

65 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：

爱茉莉太平洋集团自创立以来，一直致力于不断创新并引领韩国美妆文化，向世界输出具有独特价值的品牌与创新产品。我们始终秉承“以顾客为中心”的理念，不屈不挠地克服重重困难，诠释“铸就美丽世界”的使命。

2020年，我们实现了2017年制定的爱茉莉太平洋集团中长期可持续经营目标。四年来，爱茉莉太平洋集团坚守与顾客的承诺，为创造更美好的未来而不断努力。通过环境和社会友好型产品与服务倡导可持续的生活方式；开展与女性、合作伙伴和社区等企业生态圈内所有利益相关方并肩成长的各项活动；增加新能源的比重，促进资源再利用，从而减少企业活动对环境的影响。

爱茉莉太平洋集团正在积极迎接新时代的挑战。为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，实现人类共同的可持续发展目标（Sustainable Development Goals），今年我们将开展更加积极的行动。爱茉莉太平洋集团作为与女性共同成长的企业，将一如既往地思考并努力实践促进性别平等（SDG 5），负责任的消费和生产（SDG 12）。

爱茉莉太平洋集团将新冠疫情下的大转型时代视为充满机遇的新领域，更加勇敢地迎接挑战。我们将更好地满足顾客多样化的需求，与社会各界同仁共同成长，与自然和谐相处，携手共筑一个更高层次的企业生态圈，实现Winning Together。希望大家给予积极的关注与支持。

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：

2020年是极不平凡的一年，席卷全球的疫情给全人类的生命与生活以及全球经济与社会带来了重大影响。我们每一个个体、每一个组织都在重新思考与调整自身与环境、社会的关系。在这一年里，爱茉莉太平洋始终坚守“铸就美丽世界”的使命，因地制宜地在“促进可持续生活方式”“实现共同成长”“发展循环经济”三大领域开展适合中国市场的可持续行动。

面对充满变化和挑战的市场环境和新消费格局，爱茉莉太平洋坚持以顾客为中心，不断打造满足中国消费者多样化美妆需求与使用场景的核心产品。及时把握线上经济的爆发性增长时机，加速全链路数字化平台布局，使我们的产品真正成为消费者“触手可及的美丽伴侣”。在第三届中国国际进口博览会上，爱茉莉太平洋以“亚洲之美·绽放中国”为主题，再次传递出与中国市场共同成长的坚定信念和美好期许。

我们依旧坚定不移地践行着对环境友好的承诺，努力打造涵盖可持续生产、可持续产品、可持续运输、可持续消费等全方位的可持续发展体系。通过不断提升产品可持续原料的使用占比、采用更环保的包装材料、轻量化产品包装等方式，为消费者提供更多的环境友好产品。为了追求更加资源节约与环境友好的生产方式，我们加快转型升级、革新技术以提升资源利用效率。2020年，爱茉莉上海美丽妆园先后荣获上海市第一批绿色制造体系示范单位和国家“绿色工厂”称号。此外，爱茉莉太平洋积极开展碳排放达峰和碳中和战略路径研究，成为韩国化妆品行业首位加入RE100国际倡议的成员，承诺在2030年前实现100%使用可再生电力资源，助力中国2060年前实现“碳中和”的目标，为全球气候治理做出更大贡献。

不平凡的2020年，并没有阻碍我们践行企业社会责任脚步。我们在第一时间驰援武汉，多次捐款捐物为抗击疫情贡献力量；在原有公益项目持续开展的基础上，又新增了“她来管家”女性赋能公益项目和“AMORE能量青年”心理关爱项目，持续回馈中国社会。

尽管新冠疫情造成了诸多不确定性，但爱茉莉太平洋紧跟疫情后社会变革的步伐，顺应社会趋势与需求，在不断创造新的价值的同时，始终坚守着与顾客的承诺，守护和践行可持续的美丽内核，与中国市场及中国消费者一起成长，共同打造美好的绿色世界。

爱茉莉太平洋中国总裁
高祥钦



公司愿景

爱茉莉太平洋集团正努力通过多样化的创新成为一家卓越的公司。通过向数字化美妆公司平台的转型，探索新的产品和分销渠道，发展独特的亚洲之美，爱茉莉太平洋集团希望将世界变得更加美丽和健康。

此外，我们正积极减少企业活动对环境的影响，与不同的利益相关方共同成长，履行我们的社会责任。

卓越的美妆公司



亚洲之美

巩固亚洲市场领导地位
向顾客传递亚洲之美与传统智慧



焕新之美

开拓新兴市场
以全新方式加快全球化进程



数字之美

构建数字资产与实体店
紧密相通的良性循环

AP使命及原则 (ABC Spirit)

使命

铸就美丽世界

We Make A MORE Beautiful World

爱茉莉太平洋集团坚信，当每个人都因为我们而闪耀着自己独特的魅力，这个世界就会变得更加美丽。“铸就美丽世界”是我们的使命，为了实现这一使命，我们提出五个原则。

ABC Spirit



FIRST

顾客至上

把握顾客需求，以顾客为中心，迅速响应



BE THE

1ST & BEST

力争“第一”

追求创新，积极主动，持之以恒，自我开发



COLLABORATE WITH OPEN MIND

开放合作

达成共识，沟通交流，积极参与



RESPECT DIFFERENCES

尊重差异

追求多样性，相互尊重



ACT WITH INTEGRITY

正直行事

自豪感，责任感，遵守原则

爱茉莉太平洋在中国

自1992年进入中国以来，爱茉莉太平洋坚持用高品质的产品和优质的服务助力中国顾客创造更加美好的生活，不断提升品牌的多元性和创新性，并相继推出10大品牌，包括雪花秀、兰芝、梦妆、悦诗风吟、ETUDE伊蒂之屋、赫妍（HERA）、芙莉美娜（primera）、艾诺碧（IOPE）、吕、魅尚萱，在中国近250个城市设立了5,000多个网点。

旗下品牌

Sulwhasoo

LANEIGE

Mamonde

innisfree

ETUDE
伊蒂之屋

HERA

primera

IOPE

吕
Ryo

mise
scène
미장센



Sulwhasoo

雪花秀品牌以亚洲珍贵草本智慧为灵感来源，致力于打造上乘的美肤方案。雪花秀科研创新中心历经50载时光，先后对亚洲珍贵草本人参和31,912种配方进行潜心研究，以现代科技点亮护肤智慧，最终获得不可被替代的创新成果及护肤哲学，为万千女性唤醒肌肤年轻潜能。让美，凌驾时光。

www.sulwhasoo.com



LANEIGE

兰芝是年轻、高端、高功效护肤的美妆品牌，深受年轻女性挚爱。自1994年品牌成立以来持续26年的探索与研究，兰芝不断发掘保湿的无限可能，揭秘水润功效的惊人能力，帮助女性肌肤焕发水润光彩，绽放闪耀新生。通过水的活力，赋予净透无瑕的肌肤，专注于肌肤自身，激活肌底源源不断的水润力。兰芝追求天生之美，闪耀光彩，为女性留住年轻健康美丽。

www.laneige.com.cn



Mamonde

梦妆认为女性无论身处何种人生阶段、扮演怎样的社会角色，总是闪耀着独特的美！依托爱茉莉太平洋集团强大的科研背景，梦妆30年专研鲜花，探索令肌肤时光停驻的奥秘。专注时光与肌肤、鲜花与生命力、科研与创新，淬炼鲜花之灵注于肌肤，绽放生机与活力。让女性的美无需过问时光！

www.mamonde.com



innisfree

悦诗风吟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，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



ETUDE 伊蒂之屋

伊蒂之屋是韩国代表性的时尚彩妆品牌，致力于通过提供有趣、前卫、时尚的彩妆产品，来帮助年轻女性发现自身的美，打造属于自己的玩妆天地。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，推动彩妆流行趋势。作为亚洲领域的K-Beauty的彩妆品牌得到了众多消费者的喜爱。

www.etude.cn



HERA

赫妍是来自韩国首尔的高端品牌，以专业的底妆品类和时尚的彩妆产品打造引领潮流的妆容。自2016年正式进驻中国市场，受到越来越多年轻世代消费者的关注与追捧。

www.hera.com.cn



primera

芙莉美娜由种子的生命力出发，专注于自然及对环境友好无害的成分，是为敏感的肌肤提供专业护肤解决方案的clean beauty品牌。芙莉美娜（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。

www.primera beauty.cn



IOPE

艾诺碧是一个扎根于实验室研究结果的高端功能性护肤品牌。通过准确的皮肤诊断、高效的专研成分，为亚洲女性不同的肌肤问题寻找最佳解决方案。

www.iope.com



吕是韩国高端头皮护理及专业防脱品牌，专研高丽人参和红参等珍贵成分，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，有效解决脱发及头发相关问题，帮助每一位女性展现优雅高贵的东方魅力。

www.ryohair.com.cn



魅尚萱，引领亚洲发妆潮流的韩国品牌。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。

<https://weibo.com/u/6599486917>

产品创新和研发



兰芝之色定制唇妆制造智能系统

1954年，爱茉莉太平洋集团成立了韩国首家化妆品研究室，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消费者的需求及持续探索创新产品提供了坚实的基础。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，开发让中国消费者满意的产品是爱茉莉太平洋一直追求的目标。

2013年，中国超越日本成为全球第二大化妆品消费国；随着“颜值经济”的迅速崛起，过去四年中国化妆品行业的增速均高于社会经济整体增速，其继续保持高速增长的趋势也得到广泛认同，这使中国消费者在产品和服务上拥有了更多的话语权。爱茉莉太平洋位于上海的研发中心也在不断完善自身的功能定位，从法规研究和保障生产的辅助型角色逐步转变为产品创新的前沿基地，在首尔-上海双向交互的研发体系中不断孕育亚洲力量。

继在第一和第二届中国国际进口博览会展出的两代“3D打印面膜”后，爱茉莉太平洋的定制型唇妆制造技术又将美妆定制延伸至彩妆领域，它采用线上和线下联动，利用人工智能匹配肤色与唇色，可实时制造2,000多种颜色的唇妆产品。在全球最大的国际消费类电子产品和技术展览会（Consumer Electronics Show）上获2021创新奖。



蓝光阻隔临床评估仪器

作为全球气垫类产品、睡眠面膜和肌底精华的开创者，爱茉莉太平洋不断响应新的需求和热点：创新研发世界首个皮肤蓝光阻隔临床评估法，明确了对皮肤有害的蓝光波长并开发出相应的临床评估仪器；开发出透明的新型紫外线隔离剂，以改善现有防晒产品难以避免的白浊现象；聚焦“成分党”“科技党”的关注热点，对人参皂苷、视黄醇等成分进行了多年研究，开发出雪花秀人参系列、兰芝致美青春视黄醇眼霜等高效产品；针对中国消费者的护肤和生活习惯，开发出方便携带的梦妆麦卢卡蜂蜜安瓶面膜；应对疫情和环境污染的影响开发专供中国消费者的悦诗风吟绿茶乳酸菌修护安瓶，帮助修护因生活环境变化导致的敏感肌。



兰芝致美青春视黄醇眼霜

当化妆成为自我表达的一种方式，爱茉莉太平洋开始把决定权交给中国的消费者。在梦妆眼影盘的开发过程中，研发人员对600种市售流行色和4种质地进行了前期调查，综合考虑场景、频率、妆效等因素优化出5种组合交由消费者测评，最终确定了梦妆“热带落日盘”（醉心一瞬8色彩妆盘）的配色及质地。同时，针对中国消费者普遍偏干性的肌肤，赫妍（HERA）黑金持久遮瑕粉底液推出中国定制版本，在原有的哑光遮瑕控油功效基础上，调整为更具舒适感的质地，满足中国消费者的需求。

无论在韩国还是中国，“以顾客为中心”是爱茉莉太平洋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“洞察和满足顾客需求”为前提。为将最新和最好的产品展示给全球顾客，爱茉莉太平洋对技术创新和产品研发的追求永无止境。



梦妆麦卢卡蜂蜜安瓶面膜



梦妆热带落日盘

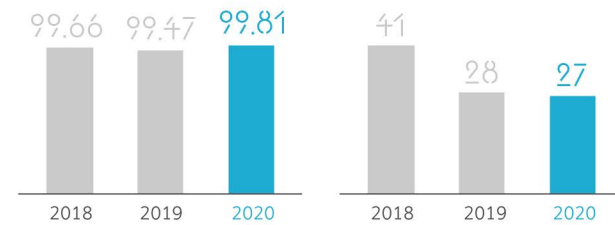
品质和服务

化妆品是满足人们对美的需求的消费品，直接作用于人体，产品质量关系着消费者的健康。爱茉莉太平洋在产品开发、生产、出库的过程中，以严格标准确保产品品质，同时公司恪守产品标签合规、消费者信息保护、售后服务等规范要求，全方位保障消费者权益。在服务上，爱茉莉太平洋秉承“ABC Spirit”，坚持“顾客至上”（Customers First）原则，致力于为顾客带来智能化、标准化、专业化的服务体验。

● 品质管控，责任落地

爱茉莉太平洋始终严格遵守中国法律法规和全球统一的产品质量标准，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，高标准的生产工艺精工细作，到严谨检测产品品质，全流程管控产品质量，全心全意提供安全和优质的产品。2020年，公司产品一次合格率为99.81%，产品Claim率¹为27ppm。

产品合格率（单位：%） 产品Claim率（单位：ppm）



原料管控

公司根据《化妆品安全技术规范》（2015版）的要求，全面排查原料的合规性要求，确保使用的原料合法合规。截至2020年底，共排查75项法规要求的原料对象，1,628项非法规要求的原料对象，全面保障原料安全。针对化妆品包材，公司包材测试中心根据《化妆品生产许可自查表》的要求，针对工厂制造、包装、品质部门进行季度检查，优化内部管理流程的可操作性及衔接性，提升产品管理水平。

生产管控

公司在生产环节严守管控标准，为了提升生产环境卫生水平，工厂优化卫生管理流程，明确各区域的清洁等级和人员出入流程要求；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。此外，公司对每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，实现对产品品质的标准化管理。

注：1 产品claim率是指影响使用的不良品柜台退货率。ppm指百万分之一。
2 十万级净化车间是指空气洁净度为十万级的洁净车间，车间内每立方米的微粒控制在10万个以内。

出库检测

在产品出库环节，公司对每批产品进行取样检测，严格遵照《化妆品检验规则》《化妆品安全技术规范》（2015年）等要求进行常规检验、致病菌检测，针对有害物质与防晒剂分别进行安全性检测和有效性检测，保障出库产品品质。当个别指标不合格时，首先进行复测，确定指标不合格原因，根据实际情况判断是否需要再处理或直接报废。

● 规范标签标识管理

化妆品的产品标签说明是消费者了解产品成分、使用方法、功效等产品信息的主要来源。按照《化妆品标识管理规定》，化妆品标识应当真实、准确、科学、合法，杜绝夸大功能、虚假宣传、明示或者暗示具有医疗作用的内容以及容易给消费者造成误解、混淆的产品名称。爱茉莉太平洋严格遵守《化妆品标识管理规定》及《消费品使用说明化妆品通用标签》规定，各部门按照职责检查产品的标识内容，确保合法合规。

● 守护消费者信息安全

大数据技术的发展和互联网应用的普及给日常生活带来便利的同时，也在一定程度上使个人信息保护遭受巨大挑战，进而衍生了信息泄露的风险。爱茉莉太平洋高度重视消费者的隐私安全，采取了一系列措施，如客服系统不保存会员信息与订单信息，并对访问接口进行加密设置，仅限制在公司内部网络环境访问，加强消费者信息保护；订单系统导出信息如有涉及个人隐私（如手机号码、支付方式、收件地址等）均加密处理；顾客服务中心邮箱设置对外白名单，除管理人员外一线员工均无法连接外网，确保维护消费者的合法权益。

● 更高效智能的服务

2020年，爱茉莉太平洋中国建设了智能化、全渠道的OCS+（即Omni-Channel Service Plus）顾客服务中心，实现基于互联网时代的数字化转型。OCS+顾客服务中心集成了电话、短信、微信、邮件、微博等渠道，通过多渠道、全品牌的整合，客服人员可以在同一系统中完成不同渠道客户服务的全过程，实现精准沟通、多平台合作，在门店内外提供更高效、更专业的服务，实现线上线下服务标准统一，显著提升体验。同时OCS+顾客服务中心还支持客户标签管理、AI智能机器人等新兴功能，提升数字化、智能化服务水平。

● 洁净空间，让消费者安心

由于婴幼儿皮肤的特殊性，消费者对婴幼儿日化产品生产过程的卫生管理非常关注。针对婴儿、儿童类及其他特殊洗护用品的生产管理，爱茉莉太平洋严格遵守《化妆品生产质量管理规范》中化妆品生产车间环境要求，在称量、配置、半成品贮存、灌装、清洁容器和器具贮存等工序的生产环境均为十万级洁净车间²。

伦理经营

爱茉莉太平洋严格遵守中国法律法规、集团的伦理纲领和职业伦理指南，坚持公平交易，禁止商业腐败和商业贿赂行为，切实做到正直经营，制定了《爱茉莉太平洋中国合规管理制度（2020年版）》，发布《商业秘密保护合规指南》。2020年，公司开展“合规小程序”、“合规小讲师课堂”等主题的线上合规培训，以及“广告宣传合规指引”等主题的案例分享，共享有趣有料的合规知识，以互动的形式将“正直行事”的价值观融入员工心中；设置专门的伦理网站、举报热线，提升员工伦理经营意识，调动员工和社会公众的监督力量。

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。

创造美丽 促进可持续生活方式



促进可持续生活方式是爱茉莉太平洋2020可持续经营目标的重要领域。爱茉莉太平洋致力于使顾客见到品牌和产品的那一刻，就体验到对自然和社会带来的美好改变。在与顾客、社区以及其他利益相关方的接触中，爱茉莉太平洋通过环境友好型产品、店铺的环保设计以及价值消费的积极推动，让越来越多的人了解到更加健康、绿色和可持续的生活方式，倡导更多的伙伴一同加入到保护地球的行动中。

产品新美学： Less is More

● 美丽，由内而生

随着绿色消费理念逐渐深入人心，越来越多的消费者在选择产品时会关注产品的原材料采购是否绿色可持续。爱茉莉太平洋中国作为生产消耗型日化企业，一直致力于通过不断提升化妆品内容物原料的环境友好属性，向消费者倡导绿色健康的生活方式，传递环保的自然之美。

可持续棕榈油原料，保护全球气候调节器



热带雨林被称为全球气候调节器，但大量的市场需求导致人们为种植更多棕榈树而过度砍伐原始热带雨林。爱茉莉太平洋深刻意识到过度砍伐雨林的棕榈树不规范种植造成的热带雨林减少、生物多样性破坏和全球气候变化等环境问题的深远危害，旗下赫妍（HERA）品牌黑金持久遮瑕粉底液通过采用RSPO（可持续棕榈油圆桌倡议组织）认证的可持续方式种植生产的棕榈油，从原材料开始实现可持续发展，以达到减少对环境的影响的目的。



采用经RSPO认证的可持续棕榈油原料

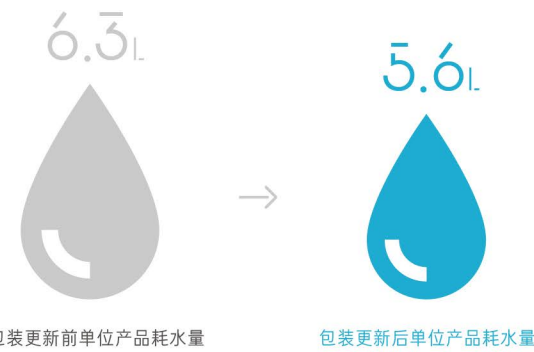
● 环保工艺，坚守绿色之美

爱茉莉太平洋始终践行着一贯坚持的产品全生命周期的低碳环保理念，不仅关注内容物原料的环保属性，还坚持不断追求更加资源节约与环境友好的生产方式目标。从生产开始，为消费者提供绿色安全的保障。

爱茉莉太平洋关注企业活动对环境的影响，同时将环保的理念融入产品的全生命周期，包括原材料采购、生产制造、产品包装、物流运输等环节，努力打造对社会和环境有益的可持续产品。

水足迹认证，一点一滴践行资源节约

水足迹（Water Footprint）是指从采集产品原料到使用后废弃的全过程中消耗的水量，了解产品全生命周期的水足迹将有助于降低产品对环境的影响。2020年10月26日，兰芝的夜间修护睡眠面膜成为韩国化妆品行业中首个获得英国碳信托基金（Carbon Trust）水足迹认证“PWF（Product Water Footprint）”的产品。对兰芝夜间修护睡眠面膜水足迹影响最大的是生产前准备和产品生产阶段。在保证包装材料功能不变的情况下，通过减轻产品包装重量，单位产品的水消耗量减少约0.7升（10.9%）。



韩国化妆品行业首个水足迹认证产品

10.9%

单位产品的水消耗量减少10.9%



自然萃取天然乳酸菌，赋予产品绿色属性

悦诗风吟绿茶乳酸菌安瓶中的乳酸菌成分来源于济州岛绿茶杆菌中的天然乳酸菌，采用环境友好的提取工艺，配方中减少人为化学成分的使用，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，制造过程无毒、无污染，保证产品的绿色属性。



环境友好工艺提取天然乳酸菌

● 包装减塑，美丽加分

随着电子商务和现代物流的飞速发展，包装材料的巨大消耗和对环境的污染等问题越来越受到关注。2019年，国家市场监督管理总局、国家标准委发布《绿色包装评价方法与准则》国家标准，针对绿色包装产品低碳、节能、环保、安全的要求，规定了绿色包装评价准则、评价方法等，推动绿色包装评价研究和应用示范、转变包装产业结构、包装行业可持续发展，绿色减塑、轻量化包装已成为政府倡导、消费者期待的发展方向。爱茉莉太平洋中国积极响应绿色发展需求，采用更多环境友好型产品包装材料，减少非必要材料消耗。通过为消费者提供环境友好的产品，让每一个消费者在日常生活中时刻参与到保护环境的行动中。

自然可“塑”

PET塑料在包装领域中具有广泛的应用，中国每年生产使用的PET塑料瓶就达数百亿只，使用废弃后难处理、难降解成为了社会面临的严峻挑战。

爱茉莉太平洋旗下吕品牌净净舒缓头皮倍护洗发水以及艾诺碧（IOPE）品牌净颜保湿卸妆油的瓶身采用由玉米、甘蔗等植物制成的生物可降解塑料材料进行产品包装，产生的二氧化碳排放比传统石油基PET塑料减少20%以上，有效减少传统石油基塑料的使用和降低对环境的影响，探索出一条保护环境、实现可持续发展的新路径。



采用可再生植物制造的植物基塑料瓶身

20%

植物基塑料产生的二氧化碳排放比传统PET塑料减少20%以上



“塑”造环保轮回

芙莉美娜（primera）植物精粹系列产品使用再生塑料瓶盖，使PCR（消费后回收）塑料经过加工重新回到使用端。为了降低回收难度，产品容器使用无涂层透明玻璃瓶，包装瓶身产品信息标签特别设计为易撕标签，便于产品使用后包装材料的分类和回收再利用。回收和使用PCR塑料，对于环境保护、节约资源、可持续发展大有益处。



采用PCR塑料的再生塑料瓶盖

FSC认证纸张，守护森林资源

FSC（森林管理委员会）是致力于促进负责任的全球森林经营的国际组织，经过FSC认证的产品符合环境保护和社会经济可持续发展标准。爱茉莉太平洋旗下品牌部分产品使用FSC认证的纸类，保证纸张来源是可持续发展的、合法的且允许采伐的森林资源，实现森林资源可持续发展的可追溯性，传递绿色环保的价值理念。



采用FSC认证纸张包装

包装简化，适度的更是自然的

随着社会的发展与消费的升级，大众对于商品包装的要求逐渐提高，包装样式越来越多样化。精致的包装设计可以提升产品在市场上的竞争力，与此同时过度包装的问题也日益凸显。爱茉莉太平洋秉持“减量化、绿色化”理念，旗下品牌梦妆充分利用粉蔷薇养肤无瑕气垫霜产品包装外盒印制产品说明书，以替代产品独立纸质说明书，既传递了产品信息，又简化了包装，减少资源消耗，降低对自然环境造成的压力。



产品说明印在外盒上，减少资源消耗

● 绿色运输，为地球减负

当下绿色减塑、轻量化包装成为引导中国消费市场的主流可持续发展的趋势，激增的快递包装污染和过度浪费的环境问题成为了公众关注的突出议题，监管机构和社会公众对物流运输也提出了更高的环保要求。爱茉莉太平洋不断探索运输过程中的可持续发展模式，减少运输环节纸箱和胶带的使用，努力实现运输与社会经济和资源环境之间的和谐发展。

来自自然，回归自然

运输包装所使用的打包胶带主要成分为聚氯乙烯和聚丙烯，其降解过程不但需要上百年，纸箱胶带分离困难还会导致纸箱无法回收，为纸箱的循环再利用带来不便。爱茉莉太平洋中国采用由植物纤维制成的环保型植物基可降解胶带，弃置后可在短时间内自然降解，为地球减少环境负担，实现绿色循环。此外，为进一步减少胶带使用量而采用的“十字打包法”，使用48毫米以下的胶带，成功实现为胶带“瘦身”，减少资源消耗。

PVC → non PVC



采用植物纤维制成的可降解胶带替代聚氯乙烯（PVC）和聚丙烯（OPP）塑料胶带

充气气囊，为绿色打气

在物流环节，为了保护产品，避免运输途中产品发生碰撞破碎，包装缓冲材料必不可少。常见的缓冲材料包括珍珠棉、泡沫等材料。为了进一步减少缓冲材料耗材，爱茉莉太平洋中国选择将泡沫等材料填充调整为充气缓冲气囊，不但能够使缓冲材料与产品充分贴合，达到最佳的缓冲效果，而且可以大幅减少缓冲材料的使用，全方位打造对环境友好的资源节约型运输方式。



充气缓冲气囊保护产品

See Green Go Green



悦诗风吟可持续店铺

悦诗风吟：让店铺成为可持续的空间

自创立以来，悦诗风吟始终坚持绿色环保的真善之美，不仅为钟爱自然主义的消费者奉上优质的产品，在店铺运营中同样践行可持续发展理念。店铺陈列材料采用不需要更换的金属波浪板，减少了亚克力板的损毁和更换，降低白色污染；同时将店铺中的家具从原木木皮改成人造木皮，减少木材使用量，保护森林资源；店铺100%使用LED节能灯，并根据不同时段的需求，调节灯具使用量，节约电能消耗。此外，悦诗风吟通过积分兑换的方式鼓励消费者主动参加空瓶回收，让使用后的塑料空瓶以另一种方式价值再造；自2012年起发起环保手帕活动，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。



悦诗风吟环保手帕展示墙

绿色环保理念的践行离不开消费者的参与和支持。在集团可持续经营目标的指引下，爱茉莉太平洋中国努力打造城市中的自然空间，在店铺设计、建设、经营各环节融入可持续发展的理念；开展空瓶回收、环保知识普及、产品义卖等活动倡导环境和社会友好型生活方式。以绿色店铺为载体，爱茉莉太平洋传达了与消费者共筑可持续未来的美好愿景。

悦诗风吟：以己之名，开启绿色接力

作为自然主义品牌，悦诗风吟致力于将覆盖日常消费、出行等各个层面的绿色环保生活理念不断地传达给消费者。2020年，悦诗风吟以“绿色包装”作为产品创新的出发点，推出绿茶籽精萃水（小绿瓶）“减塑限量版”，以自然环保的纸质瓶身为外包装，呈现纯净自然的视觉体验感，更承载了满满的环境友好理念。

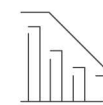
随着绿茶籽精萃水（小绿瓶）“减塑限量版”的上市，悦诗风吟推出“净塑地球”的主题小程序，消费者可于线上体验互动，制作专属个人的环保态度海报，为环保发声。同时，每人还可号召身边的伙伴共同加入这项富有意义的行动，主动从生活中的一点一滴做起，开启绿色接力模式，点亮大家的绿色使命感。



「小绿瓶」减塑限量版

51%

有效减少了51%以上的塑料使用



10%

瓶盖以及瓶颈制作材料中的10%使用了再生塑料



茉莉美娜（primera）“关爱地球之肺”

生态湿地被称为“地球之肺”，在调节大气环境、防止水土流失、维护物种多样性等方面发挥着不可替代的作用。湿地只占地球表面面积的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。

茉莉美娜（primera）在双十一期间上线关爱地球限量版单品，以茉莉美娜（primera）热销的明星系列产品为原型，推出高山莓果水漾系列的关爱地球限量版。为了更加生动地传递保护湿地生态环境绿色可持续发展理念，鼓励消费者积极保护环境，关爱地球限量版产品包装采用“生态湿地官”水獭先生的可爱形象，呼吁消费者关注水獭等生物赖以生存的绿色家园。



茉莉美娜关爱地球限量版产品

爱要“义”起来—品牌联合义卖

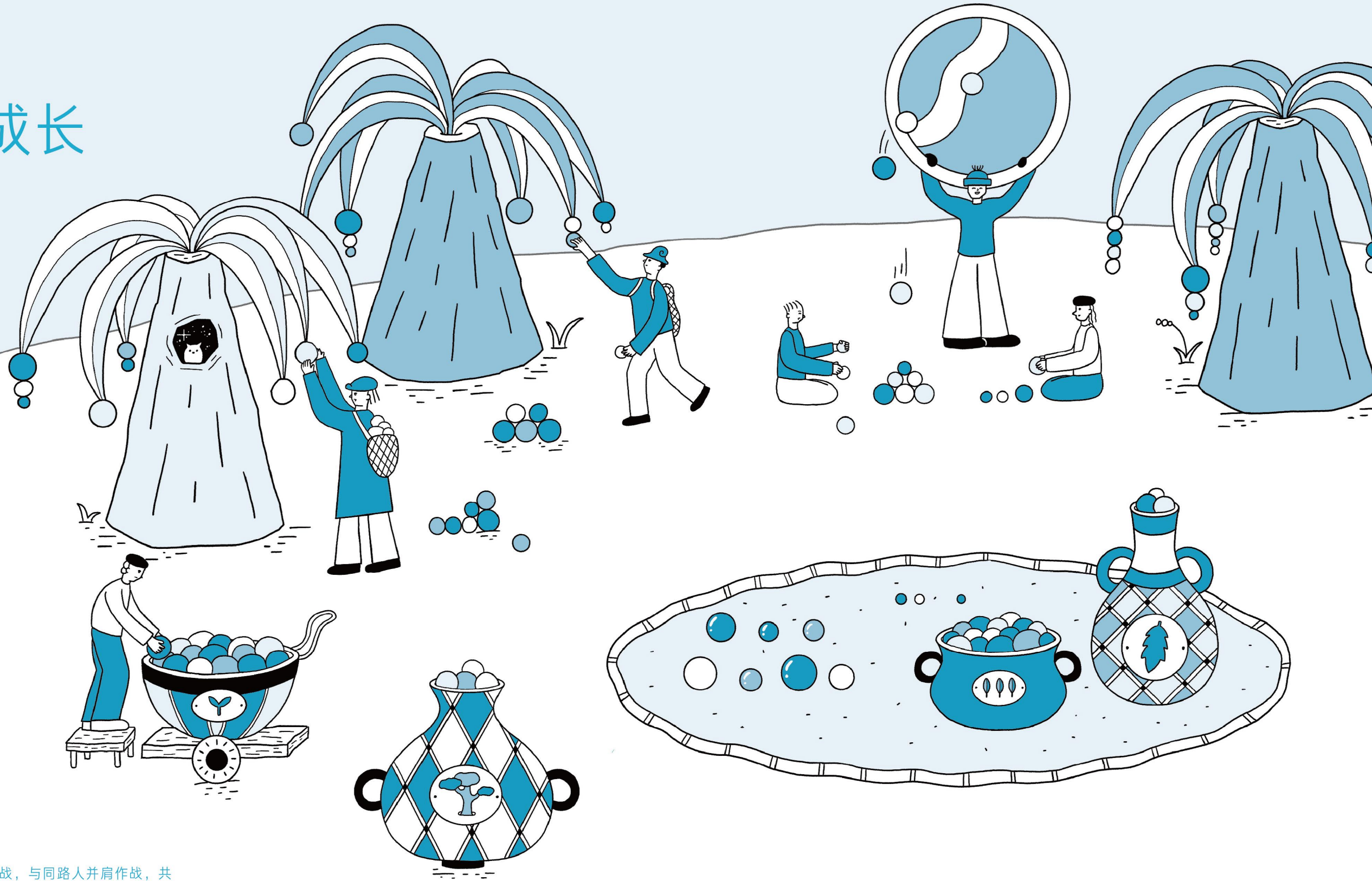
每年3月，爱茉莉太平洋中国旗下品牌同时在线上线下举行为期一个月的联合义卖，每售出一款指定义卖产品，爱茉莉太平洋即捐出销售所得部分款项，用于支持“两癌”（即乳腺癌和宫颈癌）筛查等女性健康公益项目。2020年，义卖迎来五周年，十大品牌产品齐上阵，与爱心消费者们共赴温暖公益之旅。



雪花秀、伊蒂之屋、魅尚萱等十大品牌联合义卖



分享美丽 实现共同成长



在探索未知的道路上一定存在着很多挑战，与同路人并肩作战，共同携手前进时，将会拥有更多的勇气和力量。爱茉莉太平洋中国珍视“结伴同行”的价值，在新的时代，公司将与员工、商业伙伴、地区社会一起成长，共同创造更美好的未来。

与员工分享 成长之美

● 尊重，创造良好职场环境

打造平等多元包容的工作环境

爱茉莉太平洋中国始终坚持平等待人，对想要加入公司的伙伴不设任何性别、地域、学历、信仰、国籍等客观门槛，坚持平等规范用工、尊重人权，反对任何形式的用工歧视，构建多元化与机会平等的工作环境。

100%



劳动合同签订率达到100%

95.45%



本地化率达95.45%

尊重价值，关爱员工

为了吸引更多优秀的人才，爱茉莉太平洋中国不断完善岗位薪酬制度，对员工的薪金、福利、奖金、短期激励等薪酬均订立了明确的规章，将员工的能力、岗位和绩效紧密结合，创建长效激励，以保证薪酬制度对内具有公平性、对外具有竞争性。公司完善福利保障体系，在足额缴纳各项法定社会保险，为全体员工保证基本福利的前提下，还为员工提供更多的关爱项目。



基本福利



内部福利

100%



公司员工社会保险覆盖率为100%

爱茉莉太平洋中国致力于打造多元包容、相互尊重、健康安全的工作环境，并通过提供清晰的职业发展路径与有竞争力的激励机制，支持员工获得经济独立并实现个人的成长和成功。

倾听，让心与心更亲近

为了促进公司内的健康交流、增进相互理解和信任，爱茉莉太平洋中国为广大员工提供有效的民主管理渠道、搭建畅通的沟通平台，鼓励员工积极表达工作和生活中的想法和建议，营造坦诚沟通氛围，充分调动员工参与企业决策与经营的热情。

2020年，通过与员工的交流沟通，公司在福利费用执行标准、节假日福利形式等方面进行了规范与调整，积极回应员工的实际诉求。



员工沟通的现场

以安为先，永不松懈

爱茉莉太平洋中国将员工的安全视为业务管理的重中之重，严格遵守《中华人民共和国安全生产法》等法律法规，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》，完善监督处理机制，提高应急处理能力。此外，公司积极开展安全生产教育与培训，进行安全应急演练，强化员工安全生产意识。2020年7月，爱茉莉太平洋中国与嘉定区公安、消防、应急、环保、医疗、气象等10个应急抢险部门共同参与“嘉安二号”嘉定区危险化学品泄漏事故专项应急演练。

0



员工伤亡为0



员工瑜伽俱乐部

健康，全心全意的守护

为了打造健康安全的工作环境，爱茉莉太平洋中国通过多种途径宣传、普及健康生活等观念知识，积极营造安全第一、注重健康、关爱生命的良好氛围。同时构建职业健康管理体系，对劳动环境较特殊或工作强度大的岗位给予关注，为每一位有需要的员工提供健康援助。

- 培训：开展职业健康教育，定期开展培训。
- 检测：定期委托专业机构对工作场所职业病危害元素进行检测，出具相关评价资料，及时发现并消除潜在危害。
- 警示：对于易产生职业病危害的工作岗位，在醒目的位置设置警示标识和中文警示说明。
- 防护：为员工配备工作服及防护手套、防尘面罩、耳塞等防护用品，降低作业过程中的职业伤害。
- 建档：设立岗前、岗中、离岗时的职业性健康检查制度，为员工提供健康体检并建立职业健康档案。

100%



体检及健康档案覆盖率为100%

0



新增职业病和企业累计职业病为0

认真工作，快乐生活

爱茉莉太平洋提倡工作和生活的平衡，通过组织开展形式多样的文体活动，促进员工间交流互动，营造自由开放的工作环境和温馨的团队氛围。同时，公司还鼓励员工积极参与街道、工会等举办的拔河比赛、篮球比赛以及各种员工俱乐部活动，丰富员工的业余生活，疏解工作压力，提升员工幸福指数。

● 激发员工潜力，创造无限可能

畅通职业发展通道

为提升员工的个人素质和能力，充分调动全体员工的主动性和积极性，爱茉莉太平洋中国搭建了完善的晋升体系，为员工畅通职业发展通道。公司实施岗位转换、内部人才流动制度，从职务技能、美妆技能等方向开展培训课程，培养优秀的管理及专业人才，营造公平竞争、不断成长的工作环境。2020年，员工培训共计投入149.29万元，培训3,725人次，培训总时长19,981小时。

3,725

人次

员工培训3,725人次

成就未来高潜人才

2020年，爱茉莉太平洋中国持续开展高潜人才项目。针对高管、中层管理岗位开展“ABC人才”和“China Future人才”项目，通过具体的发展项目设定和直线经理的辅导，在实践中加强学习转化，同时启动管培生项目，通过阶段性专题培训、轮岗和导师计划，为公司输入新鲜血液。



兰芝渠道营销部门管培生Zeyi日常巡店

一线是最好的学校



财经专业出身的Nora毕业后，没有像其他同学一样踏入会计师事务所，而是选择了自己喜爱的化妆品行业，成为兰芝渠道营销部门的管培生。

作为职场新人，Nora知道自己对如何做好渠道工作没有任何的经验，在导师的指导下，她主动申请去线下巡店，观察每一家店的柜台陈列、促销物料、进店客流等，站在消费者的角度上不断思考。一次巡店中，Nora发现柜台张贴的促销海报打折信息铺得异常满，大大降低了消费者对促销活动的兴趣和辨识度。于是Nora马上和门店负责人反映这一情况，经过几轮沟通验证，最终以清楚又醒目的方式将促销信息呈现在消费者眼前，更换陈列方式后靠柜率有了明显的提高。虽然还是职场新人，但一线的学习和锻炼，特别是和BA的交流让Nora快速成长，工作也越来越专业。

“BA们真的都非常厉害，她们是最贴近消费者、最了解消费者的人。我非常珍惜每一次在柜台学习的机会，这些宝贵的经验让我更加坚定了做一名专业渠道人的决心，在自己热爱的工作岗位上继续深耕下去。”

——兰芝渠道营销部门管培生 Nora

储备数字化电商精英

在飞速发展的时代中，数字化转型已经成为企业发展的战略核心，数字化人才的作用越发凸显。自2020年开始，爱茉莉太平洋中国把数字化电商人才培养项目的重心放在理论与实际相结合的工作实践上。通过集合培训，提升电商团队成员的数字化专业知识；通过主题实践的学习方式，将课堂所学内容落实在具体工作中，解决业务实际痛点，助力绩效提升。在课程对象上，不仅仅局限于电商团队，还邀请各品牌部门相关人员共同参与，相互促进，共同成长。



品牌培训部讲师刘娜直播现场

直播时代，解锁美妆人的新姿态

2020年新冠肺炎疫情爆发期间，线下门店暂停营业，电商直播在一定程度上缓和线下渠道缺失带来的影响，发展成为拉动经济的新业态，将品牌与消费者重新连接起来。直播在美妆行业的高转化率，加速了美妆企业进入电商经济的新赛道，也为美妆行业人才提供了新的成长空间。

2月，爱茉莉太平洋旗下雪花秀、兰芝、梦妆、悦诗风吟等所有品牌纷纷转战线上直播销售。其中，雪花秀联合商场开展超级联播日，启动“双达人”BA培训计划，培养既能在柜台做护肤秀，又可以在直播间当主播的双达人；兰芝邀请行业里的专业人士密集组织BA团队进行直播培训。直播培训为品牌培养了更多优秀的人才，也拓宽了员工职业发展的可能性。从一线BA，培训老师、大区销售经理，到品牌总经理，直播人才的孵化已经成为爱茉莉太平洋人才培养的常态策略。

跨界做主播，享受新角色



作为品牌培训部讲师，刘娜平日主要的工作是指导柜台BA如何向顾客介绍产品的方法和技巧。2020年3月加入爱茉莉太平洋后，开始正式接触主播的工作，现在已成长为兰芝品牌直播间的主力军，平均每个月直播4~6次。

你是从什么时候开始真正接触直播的？



4月份开始的第一场直播。我本身的工作就是培训BA如何在销售过程中向消费者介绍产品，所以对公司的产品非常了解。疫情期间兰芝开始拓展直播业务，我抓住这次机会开始了我的主播生涯。在直播间我主要负责的就是讲解产品，以及渲染直播间的气氛。现在每个月都会有固定的品牌直播时间，每周至少会有一次。

作为一个主播，你觉得做好一场直播最重要的是什么？



团队合作。我认为想要直播顺利进行，达到超出预期的效果，并不是只靠一两主播就可以完成的。比如一场直播可能要持续好几个小时，后期主播的状态可能没那么好了，这时候幕后的工作人员就会一起帮忙带动气氛，让直播间重新热起来，这点非常重要。而且不仅仅是直播现场，从最开始的策划到直播前的彩排和准备，从设备调控、数据监测到事后的复盘总结，团队的每个人都有不同的分工职责，每一场直播都需要所有团队成员通力合作。

从第一次直播到现在，你觉得自己有哪些改变？



刚开始直播我还没有找到自己的风格和定位，直到有一次搭档说感觉刘娜是一个很雀跃的人，再加上我喜欢叽叽喳喳地说个不停，所以后来我就有了个人标签——“雀跃的小黄鹂”，慢慢地也找到了自己的风格和亮点。

后来我还参加了公司的直播培训课程。公司会邀请行业里的专业人士，或是内部有经验的培训老师来分享行业内的优秀案例，以及直播的技巧和干货等等。比如直播场地、灯光怎么布置，产品介绍的顺序如何安排，还有主播一定要沉着冷静，和镜头保持眼神交流，千万不可以漠视顾客，要经常和观众互动等等，分享了很多直播时需要注意的细节，让我受益良多，也让我在直播中越来越得心应手。

支持美容顾问的美丽事业

当今，越来越多的女性拥有了发展的权利和机会，但是出于各种社会因素的制约，女性在追求事业发展、实现个人理想的道路上依然面临着障碍。爱茉莉太平洋的美容顾问是公司重要的伙伴，也是传播美的使者，为她们提供更好的职业发展是公司持之以恒的追求。2020年，爱茉莉太平洋中国基于本土业务发展和一线员工个人发展，开展了精英美容顾问 (Elite BA) 和精英店长 (Elite CC) 项目，为美容顾问实现事业的提升创造更多的机会和可能性。

◇ 人才选拔

基于销售业绩、团队管理、创新能力等维度，从雪花秀、兰芝、梦妆三大品牌挑选出部分优秀员工加入精英项目。

◇ 人才培养

2020年，项目新增了思维导图、微信营销系列课程，以应对数字化的快速发展。设立导师制度，跟进精英员工的后续发展，培养下一代精英店长和主管。

2020年，爱茉莉太平洋中国打造了《功效和成分》O2O美妆课程，培训各品牌的美容顾问导师，让美容顾问拥有更专业的知识，与消费者互动和沟通，助力她们进行直播销售，提升数字化时代美容顾问的必备技能。



雪花秀美容顾问达人培训

APC大赏，激励“创意型匠人”

为不断激发员工活力，增强员工工作激情，集团每年开展ABC大赏 (Asian Beauty Creator Awards)，向全球法人公司征集优秀案例，评选及表彰对爱茉莉太平洋有杰出贡献的集体及个人，激励每一个“亚洲之美创造者”思新求变，勇于进取。

2020年，爱茉莉太平洋中国响应集团号召，以全新的价值体系“ABC Spirit”为主题开展APC大赏 (AMOREPACIFIC China Awards)，鼓励员工踊跃参与展示自我。经过层层选拔与激烈角逐，来自梦妆品牌市场部的任晓冲和李婧以形象生动的案例展示获得了管理层的一致认可，摘得桂冠。



APC大赏总决赛集体合影

顾客至上，开放合作——电商小白的进阶之旅



2020年3月，面对疫情的影响，爱茉莉太平洋迅速调整经营策略，加速数字化平台的建设和发展。任晓冲所在的梦妆品牌市场部接到全新上线的品牌微信商城运营任务，对于此前没有任何电商运营经验的团队来说，如何选品、获取流量、协调物流等都是全新的考验。

团队首先明确了运营的核心目标。“顾客至上”是ABC Spirit的第一条，也是爱茉莉太平洋的核心经营理念。抓住目标顾客群体“新品速享、优享价格、便捷购物”的需求，微信商城的运营顺利迈出了第一步。

在电商直播的探索中，李婧所在梦妆品牌培训部的“主播训练营”通过系统、专业的培训为直播输送优秀的主播人才。而一场直播不仅要有优秀的主播，更需要所有团队成员的“开放合作”，如客服部门解答顾客问题、物流部门提前部署人力、IT部门保障网络和程序稳定等。线上直播的开展，成功实现了直播销量占销售总量超过50%的目标。

在“顾客至上、开放合作”的ABC Spirit指引下，梦妆微信商城团队从0开始，不懈努力，完成了电商小白的进阶之旅。



APC大赏金奖获得者梦妆品牌团队

与伙伴分享 共赢之美

爱茉莉太平洋相信，携手同行的合作伙伴的可持续发展也关系到公司自身的成长。爱茉莉太平洋与合作伙伴一起进行产品创新，共同思考企业活动对社会和环境的影响，与合作伙伴共谋发展、共同成长，努力打造一个长期、稳定、健康的生态合作圈，并实现将更好的产品带给客户的共同目标。

● 助力供应商负责任生产

携手伙伴，实现共赢

爱茉莉太平洋中国重视对供应商的管理，建立完善的管理体系，引入优质的供应商，坚持诚信合规、公平竞争的原则，优化评价机制，帮助供应商及时改善生产经营中发现的不足，促进供应商成长。

· 公平竞争

Partner系统是爱茉莉太平洋中国与供应商的沟通平台。在招标环节，公司邀请规模和价格水平相当的有能力的供应商于指定期限内在partner系统中进行报价。遵循公平竞争的原则，严格规范报价和比价流程，根据报价和打样结果决定最终选用的供应商。

· 供应商引入

公司严格管理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车间现场、品质管理、安全和环境进行评估，通过审核的供应商可正式纳入公司供应商系统，2020年引入13家新供应商。

· 供应商培训

爱茉莉太平洋中国鼓励供应商完善自身技术，不断实现自我创新与突破，组织供应商培训，包括同类型供应商之间的研讨和经验分享，帮助供应商完善管理和提升品质。2020年，由于疫情的影响，公司针对供应商的培训均采用线上培训，侧重于原料/包材入库检验方法、Partner系统的使用、供应商现场审核要点及改善反馈等内容。

97家

60家包材供应商、37家原料供应商参与培训





供应商培训

与伙伴一起互促互进



2020年，为了有针对性地帮助供应商解决共性问题，爱茉莉太平洋中国组织同类型供应商开展工艺、品质等专项交流研讨，如玻璃类和软管类供应商的制瓶、制管、喷涂、印刷等工艺。除公司采购部门外，品质部门和生产部门共同参与，通过与供应商的专业交流，研讨不良问题出现的原因，分享各自经验，帮助供应商明确改进方向，更高效地解决问题。

供应商培训和研讨覆盖了玻璃容器、注塑类容器、花盒、软管四类供应商。经过改善后，各供应商品质能力得到有效提升。

· 供应商评审

为确保供应商的供货品质和能力，爱茉莉太平洋定期开展供应商评审。2020年，公司选取了5家供应商进行可持续审核，并帮助其识别经营中的风险。此外，公司对国内供应商从质量、交期、价格、服务响应四方面进行定期评价，对于评价不合格的供应商进行及时反馈并帮助其改进。

责任融入采购，美丽始于源头

负责任的采购对于提高产品与服务的质量至关重要，爱茉莉太平洋中国不断推动社会责任融入企业采购的全过程，加强本地化采购和绿色采购，建设可持续的供应链管理新模式。



供应商评审

· 本地化采购

本地化采购不仅可以帮助公司就近获得高质量的产品原料及包材，减少运输、进口等方面的成本，还可以更好地适应中国本土的需求，通过与中国供应商的良好合作，提供更多就业机会，促进当地经济发展。2020年，除去特殊产品和有专利的产品，其余产品均已实现本地化生产。

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。

94.8%

包材本地化率已达94.8%



· 绿色采购

爱茉莉太平洋中国坚持践行绿色采购理念，严格遵守环保规定，从源头开启严格的采购审核。公司在采购活动中，推广绿色低碳理念，充分考虑环境保护、资源节约、安全健康、循环低碳等因素，优先采购和使用节能、节水、节材等有利于环境保护的原材料，倡导供应商采用更环保的运营方式，降低环境治理成本。

◇ 改善供应商的送货方式

玻璃类、礼盒类包材运输取消纸箱包装
推广使用可重复使用的包装材料

◇ 改善包装结构

部分产品去除包装中盒，减少纸张使用

◇ 更改纸张材质

悦诗风吟所有花盒均改为环保的FSC绿茶纸材质
梦妆部分花盒改为FSC进口纸张

88.1%

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为88.1%



● 多方共促美丽事业发展

爱茉莉太平洋中国积极为行业健康发展建言献策，通过参与制定和完善行业标准，引进与培养行业人才，在不断完善自身可持续发展管理的同时，推动行业的可持续发展。

与高校合作培养人才

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理学院爱茉莉奖学金和江南大学化学与材料工程学院爱茉莉游学奖学金，支持本地化妆品人才的培养，为中国化妆品的行业发展储备优秀的人才。截至2020年底，公司共资助了345名北京工商大学学生和86名江南大学学生。

共建行业健康生态

爱茉莉太平洋中国积极参与专业行业研讨，与同行业分享前沿成果。2020年，公司参与国家药监局、中国香化协会、中国卫生监督协会、上海进口化妆品专委会相关化妆品法规研究项目，共同探讨新时代化妆品安全监督、化妆品标准发展、化妆品风险信息等课题，为中国的化妆品行业发展建言献策。

与社区分享 和谐之美



爱茉莉太平洋捐赠物资启程吉林、贵州两省

● 美丽心意，致敬一线抗疫人员

2020年突如其来的新冠疫情，给全社会的宏观经济运行、企业经营、社会生活带来了极大挑战和意想不到的困难。爱茉莉太平洋中国主动分担地区社会的困难，积极应对挑战，及时开展慈善捐赠、资源支持等活动致敬一线抗疫人员的辛苦付出，努力使企业社会责任的实践与中国社会的需求温暖共鸣。

驰援武汉，共抗疫情

1月29日，爱茉莉太平洋集团在疫情爆发初期第一时间向湖北省慈善总会捐赠200万元，为抗击疫情贡献自身力量，与中国社会一同共渡难关。



爱茉莉太平洋第一时间驰援武汉

作为富有责任感的全球企业公民，爱茉莉太平洋致力于为所在社区创造价值，与政府、社区、公益组织等伙伴合作共同携手，发挥企业的资源优势和社会影响力，以产生积极持久的影响。同时围绕女性、文化、自然生态三大主要公益领域，积极开发和实施公益项目，用真情回馈社会，与社会各界共同建设美好家园。

愿为伴“吕”，风雨同舟

2月28日，吕品牌向武汉同济医院、协和医院捐赠的8,400份个人洗护发用品顺利抵达武汉前线，为穿着密不透风的防护服防护帽、长期坚守在一线的医护人员提供力所能及的支持。

爱心呵护，“手”护健康

5月，悦诗风吟携手上海宋庆龄基金会，向湖北省黄冈市东坡小学、武穴市实验小学、红安县实验小学、罗田县实验小学捐赠了共计10,000瓶悦享清润净手消毒凝胶，帮助学生们提高卫生意识，贴心“手”护健康。



悦诗风吟捐赠悦享清润净手消毒凝胶

致敬一线，感恩有你

7月，爱茉莉太平洋中国宣布启动“爱加分”公益计划，以实际行动为疫情常态化时期的美好生活贡献力量。通过向吉林和贵州两省捐赠价值超过1,400万元的旗下品牌产品，爱茉莉太平洋中国希望把感谢和敬意传达给昼夜奋战的医护人员、社区工作者、妇女工作者、边检人员、志愿者等一线抗疫人员。



爱茉莉太平洋捐赠物资捐赠仪式

1400万元



爱茉莉太平洋中国向一线抗疫人员捐赠价值1,400余万元旗下产品

● 帮助一个她，温暖两个家

近年来，城乡居民收入水平不断提高，消费能力不断增强，再加上新型城镇化、人口老龄化和全面二孩政策落实等多种因素的综合影响，家政服务需求不断提升。疫情防控常态化后，国家及各级政府迅速对稳就业、保就业做出了若干重要指示。国务院办公厅印发《关于促进家政服务业提质扩容的意见》中指出，家政服务业作为新兴产业，对促进就业、精准脱贫、保障民生具有重要作用。习近平总书记特别提出：“家政服务产业，既满足了农村进城务工人员的就业需求，也满足了城市家庭育儿养老的现实需求，要把这个互利共赢的工作做实做好，办成爱心工程。”

响应国家对家政服务业发展的战略方针，推动脱贫攻坚与乡村振兴的有效衔接，2020年7月，爱茉莉太平洋与中国妇女发展基金会联合发起了全新的女性赋能公益项目“她来管家”。项目聚焦黑龙江和贵州两省的困境女性群体，通过提供专业的家政类技能培训支持女性就业创业，实现自我价值。面对疫情的考验，项目组不仅迅速建立了风险评估机制，确保参与人员的健康安全，还特别强化了防疫知识培训、核酸检测等相关流程，打消雇主对学员入户的顾虑。在有条件的地区充分利用线上资源开展培训、分享讯息、链接就业，“云”课堂、“云”分享、“云”面试为学员们创造了更多学习、交流和就业的机会。

为确保项目的可持续运行，项目在实施期间邀请第三方机构开展全程跟踪评估。通过调研发现，受训后学员收入明显增加、家庭条件得到改善，其中贵州省就业学员的平均月收入增长158%，黑龙江省增长61%。通过实地走访和相关访谈发现，学员的观念、心态和社会关系也发生了积极改变，在自信心、就业态度、家庭和社会关系、生活满意度等维度均有明显提高。在受调对象中，99.2%的学员认为培训内容具有实用性，98.7%的学员表示愿意或非常愿意推荐其他人参加“她来管家”项目。



学员参加母婴护理培训课程

715名

715名女性接受线下培训



学员完成培训后入户工作

85%

就业率超过85%



从全职妈妈到创业带头人



欢欢是一名80后全职妈妈，在家呆得越久，她越渴望一次重新融入社会的机会。恰好在这时，她遇到了“她来管家”项目。欢欢在努力学习技能的过程中，萌生了自己创业的想法。在与老师深入交流后，她下决心在家附近成立了“咚咚家政服务”，帮助通过培训的学员在家门口找到了工作。她还报名参加了省高职的家政管理学，希望成为一名真正的家政职业经理人。她说：“我有资源、有精力，不能总是赋闲在家，我得活出自己的精彩来。”



项目学员欢欢

不落人后的“第一大姐”



49岁的宫大姐被她的任课老师们称呼为“第一大姐”，因为她凡事都要做到第一。在获得“她来管家”项目的培训机会后她格外珍惜，线上培训时积极与老师互动，常常戴着耳机边学习边做饭。线下培训第一天，她又早早坐在第一排，梳着整齐的发髻，第一眼就被老师认了出来……培训结束后，宫大姐很快获得了第一份工作，大大改善了家庭收入，她还在全市家政大赛中获得了优秀奖。获得大家的肯定以后，宫大姐对今后的工作有了更多的信心，也对未来的生活充满了希望。



项目学员宫大姐



“两癌筛查”现场

● 牧典生命：翻山越岭来爱你



爱茉莉太平洋“牧典生命”项目是企业携手基金会主动承担社会责任而发起的公益项目，通过对女性“两癌”的全程关怀，有效唤起全社会对女性健康的关注。2016年“牧典生命”项目全新升级，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”。

2020年是“牧典生命”项目五周年。五年来，项目逐渐发展为覆盖意识提升、知识传授、预防筛查、术后康复等综合性公益项目。

4,800万

爱茉莉太平洋女性专项基金累计投入资金达4,800万元



两癌筛查

通过为欠发达地区女性提供免费的“两癌”筛查，提高早诊早治率，改善女性健康水平。2020年，为响应疫情防控的要求，“两癌筛查”项目在项目地选择、执行流程等方面灵活调整，结合线上健康讲座的形式，克服了疫情带来的重重困难，坚持为困境女性群体送去实实在在的健康关爱，也为脱贫攻坚做了有益的社会力量补充。2020年在贵州、黑龙江、云南3省10县为16,607名女性提供免费筛查。

8.6万名

五年来，项目累计覆盖6省29县超过8.6万名困境女性



31万名

为超过31万名女性普及相关知识



茉莉跑

旨在以“快乐奔跑”的方式让更多女性获得健康的机会，呼吁社会各界关注女性“两癌”防治，传递健康积极的生活态度。2020年茉莉跑推出“线上跑”活动，让大家在疫情期间也可以身体力行地支持公益，同时在线下开展三场“公益训练营”，由专业教练带领跑友完成跑步训练，以线上线下活动并行的方式，呼吁全国各地跑友为爱起跑，有效提升全社会对女性健康的关注。



2019年茉莉跑开跑现场



线下公益训练营

50万名

2016-2020年连续五年举办，累计超过50万名跑友参与（含线上跑）





品牌联合义卖

品牌联合义卖

自2016年起，每年3月旗下品牌共同开展义卖，汇聚消费者的爱心，支持“两癌”筛查及术后康复等女性健康公益事业。疫情期间，爱茉莉太平洋中国持续开展义卖活动，旗下品牌同时在线上线下举行为期一个月的联合义卖，号召消费者共同关注女性健康。

1,216,407 人次

五年来，累计参与义卖1,216,407人次

焕彩课堂

面向“两癌”康复患友度身定制护肤课程、分享美妆技巧，交流健康知识，传递美丽与信心。2020年4月，在中国迎来十周年的焕彩课堂以线上直播的方式与网友们隔空相见，通过为康复患友定制护肤课程、专业彩妆师现场演绎日常妆容、开展健康知识小课堂等方式，输出“健康”“美丽”和“自信”的健康理念。作为“妆典生命”公益项目的重要子项目之一，累计370余名志愿者自2011年至2020年在焕彩课堂中帮助了近1,900位康复患友。



焕彩课堂

● 释放压力，传递“心”能量

对于大学生而言，2020年的疫情不但改变了习以为常的学习和生活环境，也影响了他们在社交、就业等方面的心理感知。中国社会科学院发布的“中国大学生追踪调查（PSCUS）”显示，疫情对应届毕业生的就业产生了负面影响，如工作落实率下降、就业压力增大、未来就业预期偏向悲观。因此，大学生心理健康正逐渐成为社会普遍关心的问题。

响应这一需求，2020年爱茉莉太平洋携手中国妇女发展基金会、日慈公益基金会，推出全新的心理关怀公益项目“AMORE能量青年”。在前期调研阶段，项目组与高校心理咨询中心、专职心理咨询师、学生组织深入沟通，全面了解高校心理健康教育的需求和大学生心理现状，共同探讨了加强心理关怀的方法及对策。在高校和心理专家的大力支持下，项目以“压力疏导”为主题开展了一系列的活动，因地制宜地制定了路演、公开课及沙龙相结合的方式，向武汉大学、西安交通大学、上海交通大学及上海大学四所高校学生普及心理健康知识，引导在校大学生科学疏导心理压力，成为元气满满的AMORE（意为“希望”）能量青年。



大学生积极参与路演活动



压力疏导系列公开课

1,300 名

一个月内近1,300名大学生参与互动



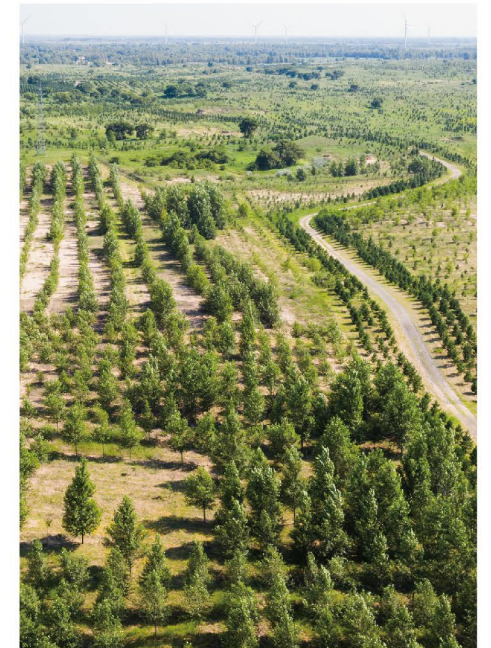
22,000 人

一个月间接触达逾22,000人



● 悦诗风吟“百万植树计划”

2012年，悦诗风吟携手上海根与芽发起“百万植树计划”项目，在内蒙古营建“悦诗风吟公益林”。2020年，因为疫情的原因，悦诗风吟虽没有同以往一样组织公益志愿者和媒体伙伴前往内蒙古进行植树活动，但是上海根与芽种下的1万棵树苗也同样播撒下了悦诗风吟的绿色希望。



悦诗风吟“百万植树计划”

95,500 棵

截至2020年共计种植95,500棵树苗



5,443,500 kg

截至2020年预计吸收5,443,500kg二氧化碳





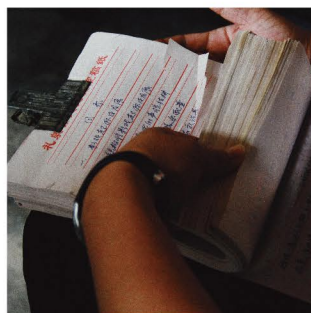
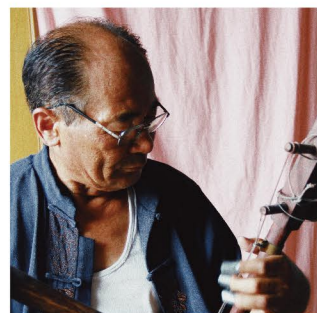
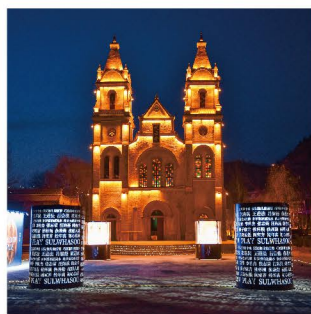
匠人自谦恭
器物有魂魄

● 文化之美，赓续守护

雪花秀作为爱茉莉太平洋集团旗下的高端护肤品牌，50余载矢志不渝追求美丽。自2006年起，通过一年一度的雪花文化展，对文化之美进行再度诠释，以求展现人文、自然与文化的和谐共存。

2018年和2019年，雪花秀分别聚焦山西漆器髹饰技艺和云南金属工艺的保护、研究和推广，为两大非遗瑰宝的传承发展与复兴探寻全新的思路，也再次唤醒了大众对于非遗技艺的关注热情。2020年，项目组以“文化之美·影戏人间”为主题聚焦陕西皮影戏，联合各方专家展开田调、讨论、研究、实践，组织进行陕西皮影座谈会、宣传片拍摄、皮影艺人访谈、皮影艺术传承与创新研修班，赞助出版《弦板腔皮影戏史话》，撰写2020陕西皮影项目白皮书，组织皮影实验剧《长至归》公演，全面探索非物质文化遗产保护与传承的新路径与新模式。

项目组在完成对陕西皮影的深入研究、创新传承以及全面推广之后，在延安市桥儿沟教堂以成果展的形式向社会大众发布2020年度的理论研究和创新实践成果。开幕仪式上，爱茉莉太平洋中国总裁高祥钦与清华大学艺术博物馆副馆长苏丹教授联合发布《“文化之美·影戏人间”陕西皮影项目白皮书》，详细收录了国内陕西皮影的研究现状，陕西皮影行业发展现状，以及5个国内外皮影创新案例。2021年，“清华大学雪花秀非遗保护基金”项目将在广东省再次启航，激发全新文化活力，延续非遗文化传承事业。



1 图1 皮影剧实验剧《长至归》
 2 图2 国家级非物质文化遗产项目华阴老腔张家班
 3 图3 清华大学雪花秀非遗保护基金“文化之美·影戏人间”
 2020年度成果展开幕式在陕西延安举行
 4 图4 陕西省非遗项目“二线演奏技艺”代表性传承人张志荣
 5 图5 张志荣向项目组展示《弦板腔皮影戏史》手稿

2020年，项目组以“文化之美·影戏人间”为主题聚焦陕西皮影戏，不断实现突破与创新，在非遗保护的道路上持续前行。

项目组先后组织多次实地探访，与陕西皮影非遗专家、国家级非物质文化遗产项目华阴老腔传人深入交流，搜集大量资料，对皮影戏进行全面研究。

“文化之美·影戏人间”2020年度成果展开幕式在陕西延安举行，人影互动和皮影展示环节创造了沉浸式文化氛围，让所有人感受现实生活中的传统文化意韵。

成果展上，皮影表演艺人携手唱腔艺人现场带来影射寻根意识的当代皮影实验剧——《长至归》，将皮影元素与多媒体动画形式相结合，将新式音乐融入到皮影的传统唱腔中，从叙事角度展现延安古城的历史文化风貌。



皮影艺术传承与创新研修班

“保护传承非遗文化不是一蹴而就的，需要社会各界的共同努力。清华大学雪花秀非遗保护基金还将继续努力，召集更多人关注并参与到非遗保护这项伟大事业中，为中华文化的永续发展做出贡献。”

——清华大学艺术博物馆副馆长苏丹



皮影戏艺人采访交流



皮影制作过程

“雪花秀作为项目的共同发起者和非遗守护者，始终坚守着保护和传承传统文化的社会使命，并致力于为非遗文化的传播与发展提供更加广阔的平台。在极具挑战的一年里，雪花秀赋予非遗保护项目更大的关注与支持，并在项目执行中将传统的技艺赋予更年轻的基因，以更为多样化、更具创新的形式促进皮影戏的发展，助力濒临失传的古老民间艺术得以借“影”重生，重新走入大众生活。”

——爱茉莉太平洋中国总裁高祥钦

”

呵护美丽 发展循环经济



中国的十四五规划和二〇三五年远景目标指出，努力建设生态文明实现新进步，更加合理地配置能源资源、提升利用效率，减少主要污染物排放总量，改善生态环境，筑牢生态安全屏障。作为追求健康与美的企业，爱茉莉太平洋中国坚持环境友好的经营策略，持续完善环境经营体系，在公司内宣贯绿色环保文化，使用清洁能源、控制温室气体排放，通过发展循环经济、提高用水效率、减少污染物的排放，共同应对全球环境挑战。

绿色生产 创造可持续

联合国可持续发展目标提出到2030年实现自然资源的可持续管理和有效利用，通过预防、减排、回收和再利用，显著减少废物的产生。2020年，爱茉莉太平洋中国致力于探索节能减排新模式，循环利用资源、减少废弃物排放，进一步减少对环境的影响，提高资源利用率，促进循环经济的发展。

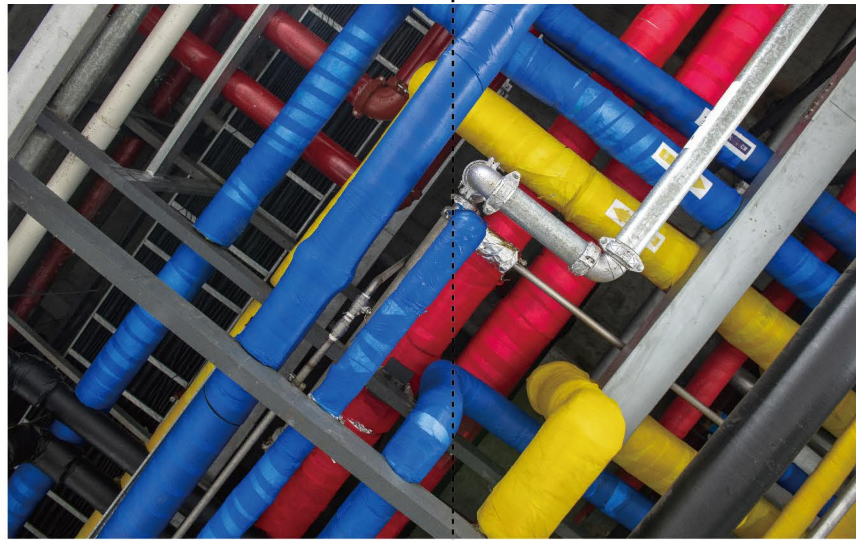
绿色工厂，铸就美丽世界

中国是制造大国，工业快速发展所引发的资源能源消耗和污染问题给生态环境带来了巨大压力。随着国家工信部《中国制造2025》的发布以及绿色制造的推行，绿色工厂以其生产过程的绿色化、用地集约化、生产洁净化、废物资源化、能源低碳化等优势，越来越被企业所重视，绿色工厂创建也成为企业可持续发展的重要举措。

作为中国市场可持续发展的主要阵地，爱茉莉上海美丽妆园是一个集生产、研发、物流等功能为一体的综合生产基地，代表着公司在华品质管理与绿色生产的高度与速度。除了坚持全球统一的“绝对品质”标准，工厂也积极推进循环型生产方式、构建全链路的绿色发展体系，在原料采购、产品生产、物流配送、废弃物回收利用等环节一以贯之。工厂配备了全球标准的运营系统及环保型设备，提高资源利用率和生产率，降低资源消耗，如废水回收利用、雨水回收再利用等。



光伏发电系统



绿色工厂能源循环回收系统

2018年工厂二期投产，不仅引入了新的生产线，同时也积极探索清洁能源的使用，在生产各环节挖掘节能减碳的方式，在工厂二期建设中安装太阳能设备，对空压机、空调机组、吸尘设备等进行节能改造。绿色技术也是工厂的创新之一，在产品研发阶段充分考虑对于能源消耗的影响因素，除了在原料开发阶段使用低温萃取技术外，还在乳化产品生产工艺的设计阶段投入低温乳化技术，大大降低生产中电能的消耗以及热能的排放。同时，爱茉莉上海美丽妆园严格控制废物排放，实现废物资源化，原材料的利用率达100%，工业固废的回收率达100%，废水回收率高于18%。

2020年，经过国家工信部绿色工厂评价小组的专业评估，爱茉莉上海美丽妆园凭借着卓越的绿色工厂管理体系、完善的基础设施设备，以及全流程的品质控制、全链路的绿色生产和行业领先的绩效水平，荣获了国家“绿色工厂”称号，以及上海市第一批绿色制造体系示范单位。这是公司在品质管理与可持续经营领域的全新里程碑，也将激励爱茉莉太平洋在绿色低碳的道路上砥砺前行。

● 节能减排，进无止境

爱茉莉太平洋中国重视能源和碳排放管理，在集团的统一部署下，在年初制定节能和碳减排目标，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。此外，每年四月份公司指定第三方机构对上海工厂进行温室气体排放评估并产出报告，根据评估结果不断探索降低温室气体排放的有效方法和措施。

节电

针对空压机进行功能改善，在产量较少的生产时间，使用适当功率的小型空压机，减少电能消耗。

全面推广使用LED灯，实现一期、二期工厂100%安装。

工厂办公室空调实施恒温计划，根据空间使用和人员流动情况调整空调状态，有效节约能源。

节气

针对锅炉开展低氮燃烧改造，提高锅炉燃烧效率，节约燃气消耗。

11项

从能源节约、可回收利用、减碳等方面开展11项节能改造项目



130万千瓦时

通过改进技术、升级设备，节约能源超过130万千瓦时



新能源

建立光伏发电系统，减少外购电量，降低温室气体的排放。

RE100“新成员”

RE100是一项由国际非盈利机构“气候组织（The Climate Group）”和碳信息披露项目（CDP, Carbon Disclosure Project）在2014年联合发起的全球可再生能源运动，倡议企业100%通过可再生能源获取所需电力。2021年3月10日，爱茉莉太平洋集团成为韩国化妆品行业首位加入RE100倡议的企业，加入范围包括爱茉莉太平洋在韩国及海外的所有事业场所（涉及总部、研发、物流、生产等）。

爱茉莉太平洋集团计划在2030年实现100%通过可再生能源获取所需电力，发布了旨在实现RE100倡议目标的未来计划，减少产品开发、生产阶段对气候变化的影响。

RE100

RE100: 可再生能源绿色倡议

● 环保生产，精益求精

回收和循环使用，珍视每一滴水

爱茉莉太平洋中国重视水资源的保护，公司每年邀请上海市质量监督检验技术研究院对工厂进行节水评估，并针对评估建议及时作出改善。为减少生产过程中的新鲜水耗，将去离子水系统产生的浓水回收再利用，同时减少废水排放，提高水资源利用率；安装170吨规模的雨水储存和处理设施，对雨水进行收集利用，经过处理后用作洗车、景观用水等，雨水收集系统单次可收集雨水225吨，年收集容量可达2,000吨。



去离子水系统

6,000吨

将去离子水系统产生的浓水回收再利用，每年回收利用量约6,000吨



18,600吨

节约纯水用水量18,600吨



污泥干化，实现美丽蜕变

污泥由有机物、无机物、胶体等组成，含水量很高，如果不及时处理会对环境、土地资源造成污染。同时污泥还是一种资源，将污泥进行合理化处理，则能变废为宝，提高社会效益和经济效益。为进一步减少生产过程中的污泥排放，爱茉莉太平洋上海工厂遵循“减量化、稳定化、资源化”的原则引入污泥干化设备，相比传统高温烘干机，污泥干化设备没有废热、臭气和粉尘排放，同时采用热泵进行热回收，可大大提高节能的效果。

· 减量化：污泥含水率高、体积大且呈流动性。工厂利用干化设备，将大部分的水分从污泥中分离并去除，最大程度减少占地面积和重量，也降低了运输成本以及时间。

· 稳定化：污泥中含有大量有机物，极易腐败和产生恶臭，造成环境污染。工厂将污泥进行专业化处理，将易腐败的部分有机物分解转化，使之不易腐败，减少臭气排放。

· 资源化：污泥主要以燃烧发电的方式进行处理，处理污泥的同时达到变害为利、综合利用、保护环境的目的。



生产排出污泥



污泥干化

水分蒸发 ↓ 重量减轻



发电厂燃烧发电



污泥干化前后对比图

87%
30%

污泥含水率由87%下降至30%



256立方米

减容量达256立方米



81.5%

减重率达81.5%



284吨

每年可减少污泥排放量284吨



● 严守管理标准，减少“三废”排放

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》《危险废物仓库应急预案》等相关制度，严格执行环保标准，贯彻ISO14001环境管理体系。此外，公司采用有效的废气、废水处理系统，日常实施在线监督、定期检测，确保工业废水、氮氧化物等污染物深度处理后达标排放。



入库前



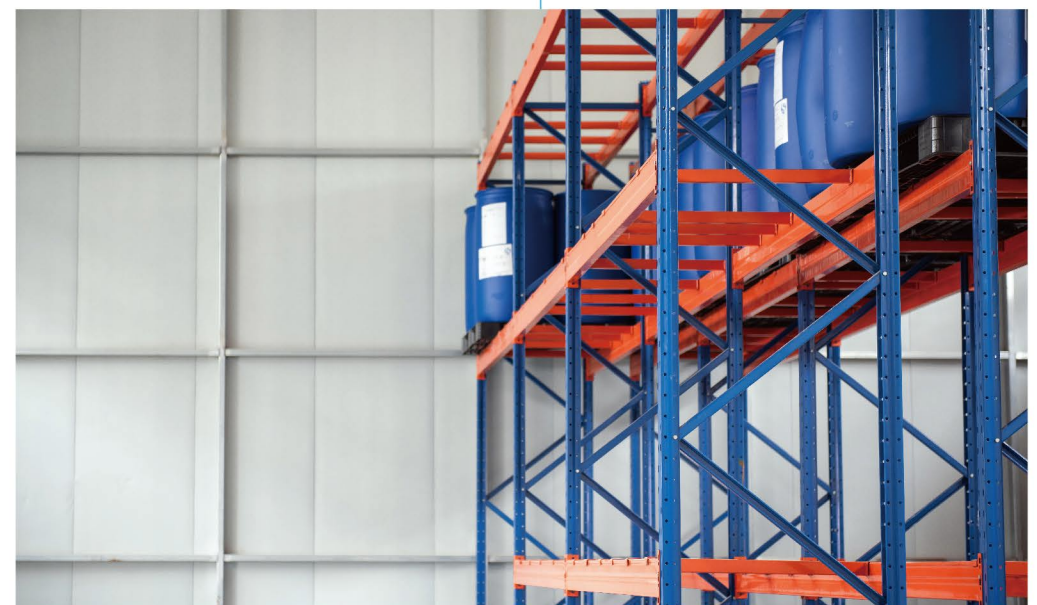
入库后

在废弃物外包装上均贴附具有废弃物属性的橙色标识，包括废弃物名称、编号、特性、处置措施、产生单位等信息，便于快速分类整理和回收以及必要时追溯废弃物原产出处。

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物进行妥善处理，防止环境污染。

5,710吨

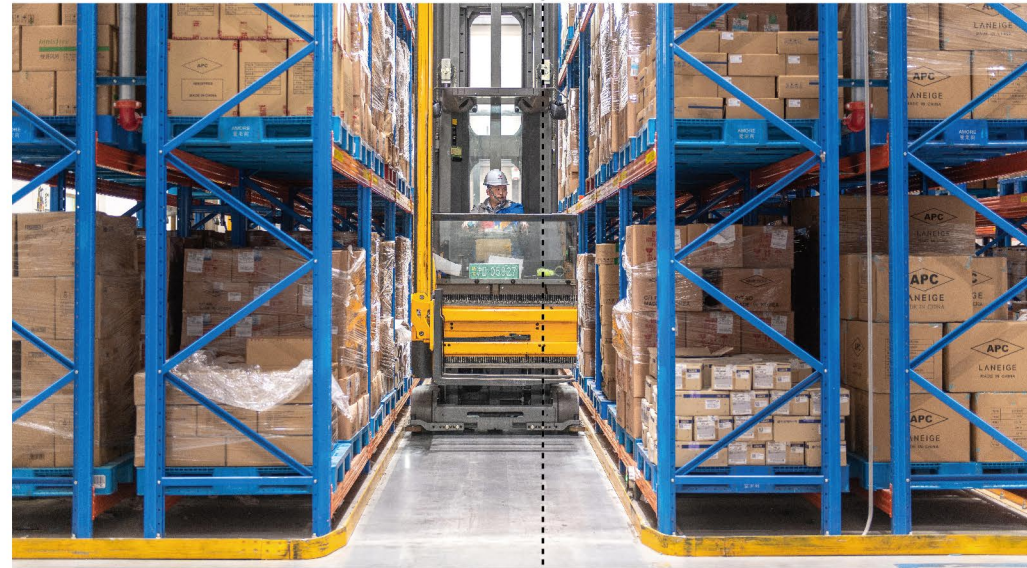
废水减排量5,710吨



完善废弃物管理体系，减少三废排放

绿色运营 守护全流程

树立绿色经营理念，采用绿色经营模式，已经成为企业获得可持续成长的必然选择。爱茉莉太平洋中国一直注重产业运营与资源环境的和谐统一，践行低碳绿色运营模式，导入环境安全管理体系，提升环保业务能力，倡导简约适度、绿色低碳的办公理念，最大限度地减少在运营过程中对环境带来的不利影响。



持续升级设备提高物流效率

● 管理，完善环境健康安全体系

爱茉莉太平洋中国重视生产过程中的EHS管理，统筹管理工厂环境、安全事项，提升管理效率。公司成立环境安全委员会，完善EHS管理制度体系，落实生产中的环保、安全工作；严格遵守各项环保法律法规，对建设项目进行环境评估，根据环评报告及时作出改善；公司先后获得ISO14001环境管理体系、OHSAS18001职业健康安全管理体系、ISO22716化妆品良好生产规范、ISO50001能源管理体系等多项EHS管理体系认证，建成完善的环境健康管理体系。

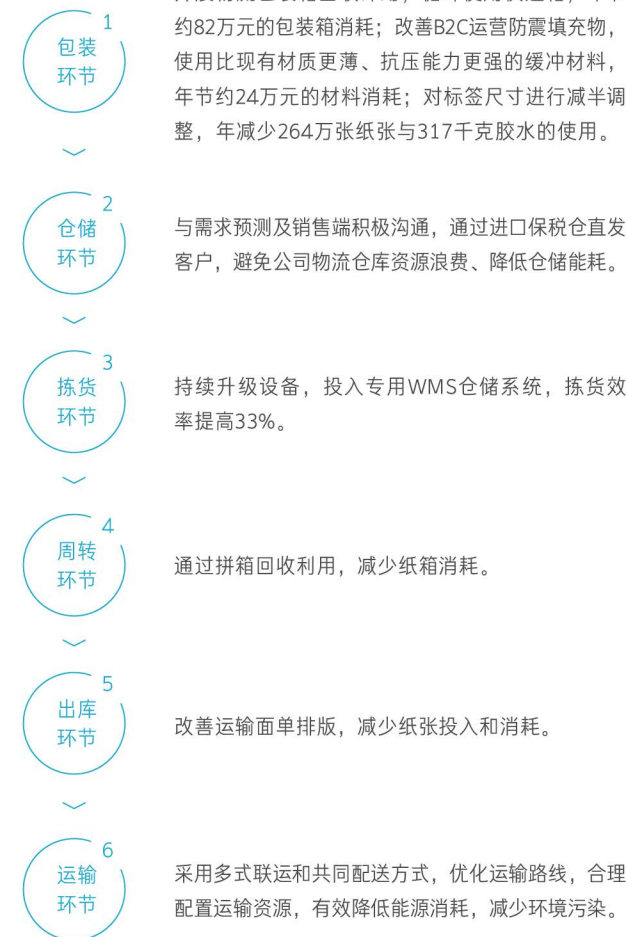
● 培训，提升环境专业能力

为有效开展环保工作，帮助员工树立环保理念，爱茉莉太平洋中国定期开展环保培训，提升员工的环境专业能力。2020年，公司举办了《企业环境管理》环保培训活动，包括环境污染案例、环境污染管控、能源管理、法律法规等内容，共计129人参加并通过考核。通过环保培训，让员工了解环境污染的现状与危害，提高环境保护意识；掌握企业污染源管控措施、日常运行情况及注意事项；分析水资源节约、能源节约改善案例，提升能源节约意识。此外，公司鼓励员工积极参与外部环保技术交流活动，助力员工开拓个人视野，进一步提升环保业务能力。

● 绿色物流，将美丽送到家

现代物流和运输是能源消耗和污染排放的主要领域，可持续发展对物流运输提出了更高的环保要求。绿色物流将环境管理导入产品包装、仓储、拣货、周转、出库、运输等环节，降低物流运输对环境造成的危害，实现对物流环境的净化，使资源得到最充分的利用。爱茉莉太平洋中国贯彻绿色物流的理念，在产品保管、运输、包装、装卸搬运、流通加工等各个作业环节落实环保措施，努力减少物流造成的污染和能源浪费。

绿色物流全流程



● 绿色办公，从小善举开始

爱茉莉太平洋中国在日常经营中不断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。

- 强化意识** 在公司微信公众号设置“可持续小课堂”专题文章，向员工传递绿色生活和消费知识，强化员工绿色办公、低碳生活意识。
- 节纸** 推广双面打印，有效减少纸张浪费。
- 降耗** 加强办公设备管理，对办公室用品不做标准化配置，降低办公环节对环境的影响；鼓励员工使用自用水杯，减少资源消耗。
- 节电** 设置巡逻人员，在下班期间及时关闭无人区域电灯，节约用电。

可持续发展体系

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，公司以三大领域、八大目标为中心开展一系列活动，力求改善消费者生活品质，实现与社会共同成长，并为促进自然资源与生态系统的可持续发展作出贡献。

促进可持续生活方式



实现共同成长



发展循环经济



1
40%以上的新产品中含有一种或以上对环境和社会友好的属性。



4
提升员工的健康和福利，打造良好的工作环境。



7
温室气体原单位排放量减少30%。
(相比2015年)



2
在店铺设计和运营时，实现对环境和社会的便利，并公开改进情况。



5
积极协助合作伙伴成长和发展，实现共同成长。



8
积极减少用水和产品包装材料，促进资源的再利用和回收再利用，提升资源效率。



3
鼓励顾客共同参与可持续消费，向顾客提供契机，提高顾客对环境和社会可持续生活方式的认知。



6
“20 by 20”改善全球20万名女性健康和生
活，实现经济独立。

可持续发展组织

企业履行社会责任，既是实现经济、环境、社会可持续发展的必由之路，也是实现企业自身可持续发展的必然选择。实现可持续发展，离不开组织和制度的支撑，爱茉莉太平洋中国持续改善可持续经营管理体系，为公司长久健康发展夯实责任根基。

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，主导可持续经营战略决策、审查核心议题、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，推动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。

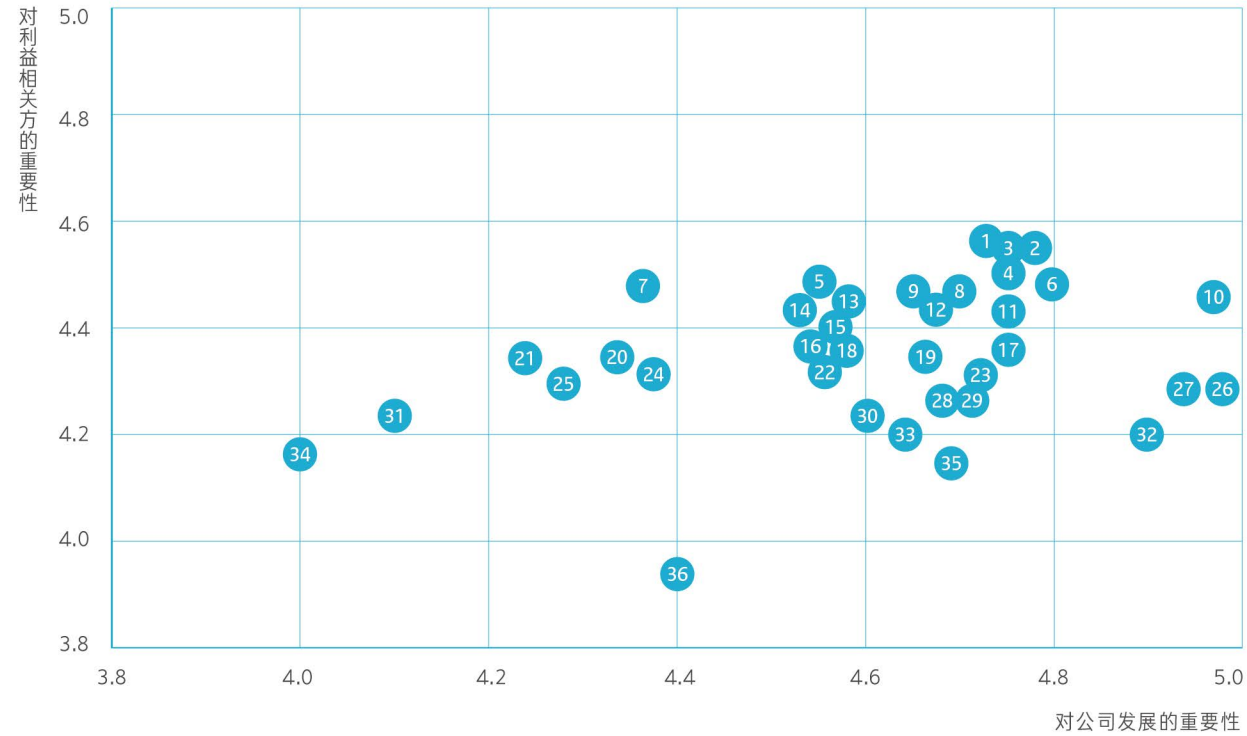


根据爱茉莉太平洋集团2020可持续经营目标，爱茉莉太平洋中国制定了可持续发展中长期规划，2020年公司围绕年度规划积极开展可持续发展工作，并在年中和年末收集和跟进各相关部门的可持续发展工作进展，根据实际情况对工作做出调整和改进。

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2020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2020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 促进行业发展 | 13 积极应对客户投诉 | 25 供应链管理 |
| 2 产品质量和安全 | 14 产品的合规宣传 | 26 保障员工基本权益 |
| 3 客户信息安全与隐私管理 | 15 设计和生产社会友好型产品 | 27 积极抗击疫情 |
| 4 制定可持续发展规划和战略 | 16 绿色办公 | 28 绿色采购 |
| 5 完善中国区可持续发展组织结构和制度 | 17 职业健康与安全 | 29 确保工作和生活平衡 |
| 6 公益慈善 | 18 技术创新 | 30 社区发展 |
| 7 绿色运输 | 19 合规伦理经营 | 31 控制污泥排放 |
| 8 推动可持续消费 | 20 本地化研发 | 32 畅通职业发展路径 |
| 9 提高能源使用效率 | 21 减少新鲜水耗 | 33 设计和生产环境友好型产品 |
| 10 性别平等 | 22 绿色运营 | 34 建设和经营可持续店铺 |
| 11 绿色环保公益 | 23 加强与利益相关方沟通 | 35 关心员工生活 |
| 12 应对气候变化 | 24 减少三废排放 | 36 实现本地化采购 |

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完善与利益相关方的沟通方式，通过定期发布社会责任报告、建立网站社会责任专栏、制作企业期刊杂志、在公司News Square和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，向利益相关方传播公司责任理念及履责动态，增进利益相关方对公司的理解和支持。同时，公司深入研究利益相关方关注的问题，倾听其期望与诉求，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"> 积极响应国家政策 遵守法律、诚信经营 优化管理、管控风险 	<ul style="list-style-type: none"> 坚守伦理经营，接受政府相关部门监督 学习法律法规 参与行业法规制定和研讨，促进化妆品行业发展
顾客	<ul style="list-style-type: none"> 确保产品的质量和安全 开发适合中国顾客的产品 多样化的客户沟通渠道 	<ul style="list-style-type: none"> 遵守中国和国际标准，保障绝对品质 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 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
环境	<ul style="list-style-type: none"> 生产过程对环境影响最小化 提供绿色、环境友好的产品 	<ul style="list-style-type: none"> 完善环境管理 更新系统、设备，推进生产和物流环节的能源资源节约 强化废气、废水、废弃物管理 在公司层面推进绿色办公 在设计源头遵守“3R”原则，推进绿色包装 使用天然易降解的原材料和亲环境的工艺
员工	<ul style="list-style-type: none"> 保障员工基本权益 提升员工福利待遇 畅通员工职业发展通道 和谐愉快的工作环境 	<ul style="list-style-type: none"> 关注员工职业健康安全 启动高潜人才选拔项目，培育数字化电商人才 实施弹性工作制度 开展丰富的员工文体活动
合作伙伴	<ul style="list-style-type: none"> 遵守商业伦理 公开公平公正采购 互利共赢 	<ul style="list-style-type: none"> 完善供应商可持续经营评估体系 与供应商定期交流、共享战略 对供应商进行培训、指导
社区	<ul style="list-style-type: none"> 加强地区沟通与交流 开展社会贡献活动，支持社会公益 提倡员工志愿者活动 	<ul style="list-style-type: none"> 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 开展“妆典生命”、“文化之美，影戏人间”、“爱加分”和“百万植树计划”等社会公益项目

可持续发展文化

爱茉莉太平洋中国秉承“铸就美丽世界 (We Make A MORE Beautiful World)”理念，不断夯实自身履责能力，推动公司可持续经营。公司积极组织和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；以数字化平台为依托，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，努力向“促进可持续生活方式”“实现共同成长”“发展循环经济”三大目标全力前进。

主要荣誉

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。2020年，公司荣获《中国企业抗击新冠肺炎疫情研究报告》企业抗疫优秀案例奖和“精准扶贫贡献奖”、“可持续发展杰出贡献奖”和“国家级绿色工厂”等多项荣誉。

活动名称	主办方	爱茉莉太平洋中国所获奖项
第五批绿色制造名单推荐	中华人民共和国工业和信息化部	国家级绿色工厂
《中国企业抗击新冠肺炎疫情研究报告》	中国社会科学院	企业抗疫优秀案例
2020第一财经·中国企业社会责任榜	第一财经	精准扶贫贡献奖
第十二届中国企业社会责任年会	南方周末	2020年度责任案例
中国公益年会	公益时报	2020年度中国公益企业
创新与可持续—2020企业社会责任案例评选暨高峰论坛	上海日报	可持续发展杰出贡献奖
2020在华韩国CSR模范企业表彰暨CSR论坛	大韩民国驻中国大使馆/韩国商会/大韩贸易投资振兴公社	脱贫部门优秀奖
信息时报2020年中国力量	信息时报	年度最具社会公益企业
中国香料香精化妆品工业协会年会	中国香料香精化妆品工业协会	抗击新冠肺炎疫情先进企业

关键绩效

经济绩效	单位	2018年	2019年	2020年
销售额	亿元	72.63	74.17	63.80
纳税总额	亿元	13.38	12.55	8.47
产品合格率	%	99.66	99.47	99.81
产品Claim率	ppm	41	28*	27
研发总投入	万元	2,756	3,432	3,000
科技工作人员数量	人	46	49	53
新产品数量 (中国区)	个	392	290	153
合同审核率	%	100	100	100
合规培训完成率	%	80	80	91

社会绩效	单位	2018年	2019年	2020年
员工总数	人	10,991	10,288	8,389
一般员工总数	人	1,821	1,850	1758
销售员工总数	人	9,170	8,438	6,631
韩国驻华员工人数	人	66	85	80
女性员工比例	%	76.0	76.0	76.0
残疾人雇佣人数	人	1	1	21*
报告期内吸纳就业人数	人	5,136	3,482	2,625
高层管理者中女性员工比例 (部门负责人及以上)	%	50.0	53.0	53.0
高层管理者中本地员工比例	%	67.9	65.15	62.86
员工本地化率	%	96.3	95.35	95.45
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	10	12	15
年度新增职业病和企业累计 职业病	人	0	0	0
体检及健康档案覆盖率	%	100	100	100
员工培训投入	万元	252.05	289.59	149.29
员工培训时长	小时	2,248	2,684	19,981
培训人次	人次	2,335	4,630	3,725
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	%	65.3	64.1	59.7
员工流失率	%	24.7	24.29	25.10
顾客之声 (VOC)	件	91,203	81,018	153,428
顾客投诉3日解决率	%	91.8	96.0	95.34
顾客满意度	%	99.3	99.4	99.26

注：*其中20人与公司签署合同，但未进SAP

	单位	2018年	2019年	2020年
原料和包材本地化采购比例	%	70.0	75.5	75.4
包材本地化采购比例	%	88.2	90.1	94.8
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	%	85.4	89.5	88.1
安全生产投入	万元	330	148	152
安全培训次数	次	16	16	8
安全生产事故数	次	2	0*	2
员工伤亡人数	人	0	0	0
“两癌”筛查惠及人数	人	20,055	19,108	16,607
社会公益投入	万元	2,416.15	2885.35	3393.57
环境绩效				
全年能源消耗总量	TOE	2,508	1,969	2,368
企业单位产值综合能耗	TOE/产品	0.37	0.29	0.273
温室气体排放量	吨	7,644	5,801	7,322
天然气使用量	立方米	451,062	478,857	355,355
年度生产用水总量	吨	102,138	91,051*	91,871
年度生产用电总量	千瓦时	8,698,341	10,113,810	8,853,765
废水排放量	吨	51,130	58,525	51,429
废水减排量	吨	5,578	5,203	5,710
废水再回收利用量	吨	5,578	5,203	5,710
废弃物排放量	吨	517	286	499
单位产值废弃物排放量	原单位	0.067	0.04	0.057
废气排放量	万立方米	10477.30	13,466.50	10,500
COD排放量	吨	0.87	1.02	1.10
环保培训人次	人次	63	138	129
办公用电量	度	483,924	492,876	395,090
办公用纸量	吨	10.923	9.999	4.686

注：*由于统计口径的调整，2019年数据有所变化，根据第三方审计意见做出更新。

未来展望

2020年，爱茉莉太平洋中国如期完成集团制定的中长期可持续经营目标任务。2021年，我们将站在起点上制定新阶段的可持续发展战略规划，继续秉承“以顾客为中心”的理念，在“铸就美丽世界（We Make A MORE Beautiful World）”的使命引领下，广泛征求利益相关方的建议和意见，积极开展可持续发展实践，通过可持续的经营方式实现自身价值，履行对顾客、环境与社会的承诺，为建设美丽世界而不懈努力。

附录

● 报告说明

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”）发布的第七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2020年1月1日至2020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《可持续发展报告标准（GRI Standard）》、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



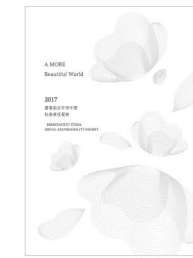
爱茉莉太平洋中国
2013社会责任报告



爱茉莉太平洋中国
2015社会责任报告



爱茉莉太平洋中国
2016社会责任报告



爱茉莉太平洋中国
2017社会责任报告



爱茉莉太平洋中国
2018社会责任报告



爱茉莉太平洋中国
2019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

● 指标索引

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
公司愿景		P4.1	06
AP使命及原则 (ABC Spirit)		G1.1-1.2	07
爱茉莉太平洋在中国	旗下品牌	P4.3	08
	产品创新和研发	M2.4	12
	品质和服务	M2.2-2.3, M2.8, M2.13-2.15	14
	伦理经营	M1.4, M3.1, M3.5, M3.7, S1.1-1.2, S2.2, S2.7-2.8	15
创造美丽, 促进可持续生活方式	产品新美学: Less is More	E2.1-2.2, E2.19, E2.21	18
	See Green, Go Green	M2.12	22
分享美丽, 实现共同成长	与员工分享成长之美	S1.5, S2.2-2.4, S2.10-2.12, S2.14, S2.16-2.17, S3.2-3.3, S3.7, S4.2-4.3	26
	与伙伴分享共赢之美	E1.6, M3.3, M3.6, M3.8, M3.10-3.11, M3.15, S4.4	31
	与社区分享和谐之美	S4.6-4.10, E3.6	34
呵护美丽, 发展循环经济	绿色生产, 创造可持续	E1.9, E2.3, E2.6, E2.8, E2.11, E2.13-2.15, E2.17, E2.23-2.24	46
	绿色运营, 守护全流程	S3.1, E1.1, E1.5, E3.1	50
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	52
关键绩效		A2	57
未来展望		A1	60
附录	报告说明	P1.1-1.3	60
	指标索引	A5	62
	评级报告	A4	63
	意见反馈	A6	64
	特别感谢	—	65

● 《2020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《爱茉莉太平洋中国2020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 (★★★★☆)

公司成立可持续经营委员会,公共关系部牵头组建报告编制小组,中国区副总裁担任组长,中国区总裁担任报告编制总负责人,韩国总部负责报告内容审核和把关;将报告定位为强化利益相关方沟通、披露履责信息、宣贯社会责任理念、提升社会责任管理的重要工具,功能价值定位明确;根据国家宏观政策、公司发展战略、国际国内社会责任标准、行业对标分析、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、广告宣传合规、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“修炼美丽,促进可持续生活方式”“分享美丽,实现共同成长”“呵护美丽,发展循环经济”等角度系统披露了所在行业核心指标的90.65%,完整性表现卓越。

平衡性 (★★★★☆)

《报告》披露了“产品Claim率”“安全生产事故数”“员工伤亡人数”“新增职业病和企业累计职业病例数”“员工流失率”等负面数据信息,具有领先的平衡性表现。

可比性 (★★★★☆)

《报告》披露了“销售额”“新产品数量(中国区)”“员工总数”“劳动合同签订率”“安全生产投入”“全年能源消耗总量”等59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》沿用“创造一个更美丽的世界”的主题,系统展示了企业对环境、客户、员工、伙伴、社区等利益相关方的履责理念、行动与成效,凸显了公司对企业使命的深刻理解;章节跨页以漫画形式勾勒虚拟场景,增强了报告的趣味性;整体设计以灰蓝为主色调,配图配色清新典雅,呼应企业品牌标识,提升了报告的辨识度和悦读性;以脚注形式解释行业专业术语,提升了报告易读性,可读性表现卓越。

创新性 (★★★★☆)

《报告》积极响应新冠疫情防控、非物质文化遗产保护等热点议题,聚焦企业履责亮点,彰显了企业的责任担当;企业可持续经营目标呼应联合国可持续发展目标(SDGs),凸显企业的全球化视野和履责追求;多处引用利益相关方证言佐证企业履责成效,提升了报告的公信力,创新性表现领先。

综合评级 (★★★★☆)

经评级小组评价,《爱茉莉太平洋中国2020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四年获得五星级评价

四、改进建议

增加对报告期内企业履责不足之处的披露,进一步提高报告的平衡性。

评级专家委员会副主席

评级小组组长

评级小组专家

出具时间: 2021年5月13日



扫码查看企业评级档案



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

● 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2020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、黄永懋、JEONGHWA OH、曹肯铉、许春杰、张艳珺、王俊、李乐、刘冬梅、蔡秉权、苏华明、袁琦、陆凌霄、王莉萍、吕溪、吴月榕、刘琼、金雪花、陶蓉蓉、宋欢欢、蔡文虎、林森、杨婷婷、李闰夏、樊博、朴祐用、杨征磊、陆婷婕、王妍、徐雷、王洁、米明明、许琴香、陈雅、于敏、孙岚、钱丹妮、张颖、刘斯思、张珩、郑婷婷、邹伊梦、赵洁、江雪、傅璐敏、蔡英姬、蒋琦、顾明、任苹、秦艳、钟燕、方珏、叶青、杨俊琳、潘洁华、何佳音、任晓冲、徐宁、张远行、张晨媛、蔡译萱、刘国玉、汪意涵、唐婕、张琳、申诗楠、刘娜、王勤、Haerin Park、Myunghwa Lee、Rakhoon Gu、朱世超、金丽、朱鹏鹏、李享鲜