

AMOREPACIFIC

创造一个
更美丽的世界

2021

爱茉莉太平洋中国可持续发展报告
AMOREPACIFIC CHINA SUSTAINABILITY REPORT

创造

一个

世界

美

明

的

世

更

爱茉莉太平洋中国 可持续发展报告

We Make A MORE Beautiful World

2021

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

爱茉莉太平洋中国旗下品牌

30周年大事记

专题：数字化布局，赋能美力时代

爱茉莉太平洋，铸就美丽世界

17 Vision 2025

17 AP使命及原则 (ABC Spirit)

18 可持续发展目标SDGs

18 2030可持续发展五大承诺

20 扎根中国的美丽陪伴

27 2021可持续发展荣誉

与顾客、社会同行

30 可持续产品，成就“美”的每一步

39 携手顾客，解锁“美”的承诺

43 携手伙伴，共创“美”的未来

45 携手员工，呵护“美”的成长

与自然和谐共生

54 应对气候变化

56 绿色生产，美丽护生态

58 绿色包装，美丽焕新颜

60 绿色物流，美丽送到家

61 绿色运营，美丽日行善

63 多样生态，美丽无残忍

合规透明，可持续经营

66 合规经营

70 ESG管治体系

附录

74 关于本报告

75 GRI指标索引

79 温室气体核查报告

80 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：

为了给人类创造更加美丽与健康的生活，爱茉莉太平洋集团凭借长久以来的技术积累与坚定的信念，始终秉持“铸就美丽世界”的使命，努力回馈消费者的信赖与支持。

2021年是我们不断强调“以消费者为中心”的初衷，致力于正确认知消费者变化的一年。我们深知疫情的冲击与经济的低迷导致消费意愿下降，但仍然坚持为消费者提供优质的产品。成功研发出新一代具有高功效价值的美妆产品，并根据消费者的健康状态、生活方式和生命周期，提出最佳的肌肤问题解决方案。针对越来越习惯居家生活、对线上平台的发展与变化熟稔于心的消费者，我们搭建了能与他们产生共鸣的多样化沟通平台，同时也把目光聚焦在重视本源之美的"New Beauty"的无限潜力之上。

爱茉莉太平洋集团的发展始于挑战构建一个让消费者、利益相关方、社会各界为之自豪的更高层次的企业生态圈。围绕两大目标与五大承诺，以及以2030年为实现目标的品牌活动，为促进可持续消费和创造一个和谐的社会贡献力量，共同解决摆在人类面前的气候问题，努力与大自然共存。这不仅是爱茉莉太平洋集团在践行联合国全球契约（UNGC）方面挑战精神的体现，也是全体员工共同的目标。作为一家与女性共同成长的企业，我们尤其致力于促进性别平等（SDG5），实现负责任的生产与消费（SDG12）。本着展现爱茉莉太平洋集团在可持续发展领域的积极行动与信息的公开透明，我们发布了此本《2021爱茉莉太平洋集团社会责任报告》。

爱茉莉太平洋集团是名副其实的"品牌公司（Brand Company）"，我们的事业正在朝着消费者期待的方向砥砺前行，果断摒弃惯性思维，大胆尝试新思路。为了从根本上改变解决全球气候问题的方式，我们将从整个集团的角度出发，完善气候风险管理机制，敢于承担生产者的责任和义务。爱茉莉太平洋集团积极与对社会和环境具有包容性的供应商合作，持续扩大对社会公益领域的投资规模。恳请各位利益相关方伙伴给予坚持贯彻可持续发展理念的爱茉莉太平洋集团关注和支持，让我们携手共赢，一起Winning Together!

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：

2022年是爱茉莉太平洋进入中国市场30周年。30年来，伴随着中国改革开放的各个阶段，爱茉莉太平洋在中国的美丽事业不断发展、壮大，在产品创新、品牌建设、数字化转型以及推动可持续发展方面积极布局。我们始终与中国市场并肩同行，不断分享对于美的理解和创新，诠释“铸就美丽世界”的使命。

中国是爱茉莉太平洋最重要的海外市场之一，数字化发展水平全球领先。秉持“以顾客为中心”的原则，为了更好地与中国消费者无缝链接，我们积极推进全链路的数字化战略，以品牌创新为基础，以数字化为驱动，为消费者创造优质的产品与体验。同时，通过先进的数字化技术和个性化解决方案，不断满足中国消费者对健康、美好生活的向往。

作为有责任感的企业公民，2021年我们继续推进可持续发展的工作。为应对气候变化、资源紧缺等全球关注的焦点，爱茉莉太平洋集团发布了“2030可持续发展五大承诺”。中国市场是实践这一可持续发展战略的重要一环，有关碳中和、减塑、可持续产品和消费等承诺都将在中国市场分步落实，坚定助力中国在2060年实现“双碳”目标。

2021年是中国巩固拓展脱贫攻坚成果、全面推进乡村振兴的关键一年。爱茉莉太平洋持续回馈社会，在践行企业社会责任的道路上砥砺前行。女性健康公益项目“妆典生命”在巩固脱贫攻坚成果的基础上，不断提高女性健康福祉。随着中国如期建成小康社会、走向共同富裕，我们把公益事业的版图进一步拓展至女性赋能和大学生心理关怀领域，以更加适应新的发展方向和社会需求。河南洪涝灾害期间，爱茉莉太平洋也积极响应，支持灾区紧急救援和灾后恢复重建工作。

下一个30年，我们在中国市场的发展将继续稳步前行，无论是为中国消费者量身定制的创新产品，日新月异的数字化进程，还是可持续发展和公益事业，我们都将一步一个脚印，回馈中国市场，为中国消费者创造源源不断的美丽价值。让所有人找到属于自己的美，享受使之获得实现的生活，这正是爱茉莉太平洋所追求的“New Beauty”。

爱茉莉太平洋中国总裁
黄永愨

爱茉莉太平洋中国 旗下品牌

Sulwhasoo

LANEIGE

Mamonde

innisfree

primera

H E R A

IOPE

ETUDE
伊蒂之屋

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3912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、高功效护肤的美妆品牌，深受年轻女性挚爱。兰芝不仅让肌肤焕发迷人光彩，更让自信点亮你的生活。自1994年品牌成立以来持续28年不断探索与研究，揭秘水润功效的惊人能力。专注于肌肤自身，焕发肌底源源不断的新生力，释放平衡健康肌底的卓越能量。兰芝的光芒不仅来自健康、平衡的肤色，还提倡健康、平衡的生活方式。兰芝共享多样性，相信每个人都应该闪耀着内在光芒和他们独特的自在发光。FEEL the GLOW, LANEIGE, 不追光，自成光！

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新自然主义品牌，自2000年创立以来，始终坚持绿色环保的真善之美。以“肌肤之美，自然守护”为理念，探索自然纯净成分，精研高效且温和的美肤产品，以期用对环境伤害更小的方式延续自然之美；追求可持续性并长期投身环保事业，开展公益林、绿色爱心图书馆、减塑行动等多项公益活动，与消费者一起让自然生命延续呼吸。未来，悦诗风吟将继续致力于成为高效、纯净、创造肌肤之美的品牌。

www.innisfree.cn



primera

茉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。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。

www.primera-beauty.cn



HERA

赫妍是来自韩国首尔的专业潮流美妆品牌，塑造女性摩登精致和鲜明前卫的魅力让你成为瞩目焦点，通过敏锐而灵动的触觉不断探索真实自我散发内在气质之美，强化首尔潮流印象氛围，致力打造成时尚专业彩妆品牌。

www.hera.com.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.cn



伊蒂之屋一直致力于传播甜美、时尚、有趣的彩妆文化，旨在将化妆的体验升华为有趣的“玩转美妆”。希望通过有趣的、难忘的化妆体验让消费者发现自己独特的美，并借助优质的产品、差异化的服务展现出多彩时刻。ETUDE伊蒂之美积极地将“玩转美妆”推向全世界。

www.etude.cn



吕是韩国的专业防脱及头皮护理品牌，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头皮科学实验室的尖端科技，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。

weibo.com/u/6599486917

30年，与中国市场共同成长

须臾之间，爱茉莉太平洋已扎根中国30年。自1992年进入中国市场，通过持续提升基于顾客需求的产品研发能力、拓展数字化技术的革新应用、携手生态圈建立在共情之上的美，爱茉莉太平洋积极助力中国消费者创造更加美好的生活。在追求实现“New Beauty”梦想的道路上，不断延伸对“美”的定义、拓展美的范围边界，努力帮助更多人解锁属于自己的美丽价值。

1992.6
爱茉莉太平洋进入中国市场
凭借多样化品牌战略和满足消费者需求的创新产品，逐步获得中国市场的认可

2002.7
位于上海市嘉定区裕民路的旧工厂竣工

2002.9
兰芝 (Laneige) 正式进驻中国市场

2005.3
梦妆 (Mamonde) 正式进驻中国市场

2009.9
宣布“可持续经营”愿景

2010
爱茉莉太平洋正式推行“美丽采购”
承诺保证原料安全性、保护生态、与当地社区互利共赢，打造更美好的世界

2011.3
雪花秀 (Sulwhasoo) 正式进驻中国市场

2011.6
“牧典生命”女性健康公益项目在中国落地

2012.4
悦诗风吟 (Innisfree) 正式进驻中国市场

2012.10
上海研究所法人成立

2013.11
伊蒂之屋 (Etude House) 正式进驻中国市场

2014.10
爱茉莉 (上海) 美丽妆园正式落成
集生产、研发、物流于一体，灵活响应中国消费者的多样化需求

2015.6
艾诺碧 (IOPE) 正式进驻中国市场

2015.7
吕 (Ryo) 正式进驻中国市场

2016.2
“牧典生命”女性健康公益项目全新升级
截至2021年为超过10万名弱势女性提供免费“两癌”筛查

2016.6
爱茉莉太平洋中国首次发布企业社会责任报告

2016.7
赫妍 (HERA) 正式进驻中国市场

2018.9
魅尚萱 (Mise en Scene) 正式进驻中国市场

2018.11
爱茉莉 (上海) 美丽妆园二期竣工

2019.8
芙莉美娜 (primera) 正式进驻中国市场

2020.6
爱茉莉太平洋宣布AP使命及原则 (ABC Spirit)
秉承“以美丽和健康造福于人类”的创业精神，坚定“铸就美丽世界”的使命和五大行为原则

2021.6
宣布2030可持续经营五大承诺
力争在未来十年为所有利益相关方兑现铸就美丽世界的承诺

2021.9
爱茉莉太平洋宣布2025愿景
以“Live Your New Beauty”为口号，致力于让所有顾客找到属于自己的美，打造使之获得实现的未来

30年，用心构筑可持续生态圈

“



作为爱茉莉太平洋的‘重度’用户，无论护肤、彩妆、秀发养护，她旗下丰富多样的品牌和产品都能满足我对美的追求。消费过程中的体验感是我很关注的环节；从品牌实体店到线上平台，客服人员都会耐心解答我在产品功效和物流配送方面的问题，以专业的态度为我推荐符合我需求的产品。值得一提的是，今年，我和小伙伴一起参观了悦诗风吟在上海的“限塑型动局”环保快闪店，看到店内展示的各式各样环保产品和设计，真是眼前一亮！很高兴在我变得更美丽和自信的道路上，有她一如既往的陪伴。

—— 消费者 葛子兰（上海）

”

- 持续探索天然原料作为产品配方的可能性，采用可再生和回收再利用的塑料作为产品容器及包装材料，推动生态保护和循环利用
- 建立完善的产品全流程品质管理体系，严格保障配方信息的公开透明，为顾客带来更多安全感
- 以顾客需求为导向，深耕产品创新与技术研发，不断提高产品的功效价值，有效解决顾客所需
- 构建多元的数字化服务渠道，持续保持100%的客服中心培训覆盖率，通过提升服务专业性，为顾客带来更满意的服务体验
- 严格遵守产品投诉及处理流程，最大限度减少顾客损失，全力维护消费者权益
- 公司品牌通过丰富有趣的形式，积极呼吁消费者践行绿色生活方式；悦诗风吟推出“空瓶回收”、“限塑型动局”等环保活动，传递环保理念

“



在与爱茉莉太平洋中国合作的过程中，我们建立了相互尊重与信任的良好关系。从实现环境和社会友好的共同目标出发，我们根据其可持续发展方面的要求，对自身在环境保护、职业健康安全、员工权益保障、伦理经营等方面的管理现状也开展了一次“大检查”。爱茉莉太平洋中国的要求也让我们作为企业公民在履行社会责任上有所提升，积极作出改变。

—— 阿克希龙 赵齐

”

- 对供应链合作伙伴进行多维度合规检索，将环境和社会因素纳入准入标准
- 持续完善供应商评估体系，邀请第三方机构进行供应商信用评估，强化供应链风险管理能力
- 严格落实《爱茉莉太平洋合作伙伴可持续发展指南》，携手合作伙伴推动可持续供应链发展
- 积极践行原材料本地化采购理念，支持本地经济发展，助力降低运输产生的环境污染

“



加入公司以来，最让我感到满意的是同事之间融洽的工作氛围和丰富的职业发展培训，在这里，我不仅收获了浓浓的归属感，还能够实现自我能力和价值的提升。公司充满着人文关怀，尤其是灵活的工作制度、每年为我们和家属提供的免费体检服务、发放的节日福利等等，还经常举办各种有趣的团队活动，也让我结识了许多好朋友，互相增进默契和友谊。在我碰到工作上或职业方面的困惑时，也非常感谢领导和同组小伙伴的耐心指导和帮助。作为爱茉莉太平洋大家庭的一员，我感到特别开心和自豪！

—— 爱茉莉太平洋中国Digital COE 文婧丽

”

“



爱茉莉太平洋作为中国妇女发展基金会的战略合作伙伴，一直关注女性公益。自2016年合作以来，我们共同升级了“牧典生命”公益项目，使之成为国家“两癌”筛查公益项目的有益补充，在助力健康乡村、健康中国建设方面发挥积极作用；我们共同启动了“她来管家”公益项目，助力家政服务业提质扩容，带动有家政行业从业意愿的困境女性就业、创业。从关注女性健康拓展到女性赋能，爱茉莉太平洋一直深耕细作、探索创新，让“她力量”绽放光芒。未来，我们将继续携手，为构建和谐友好的女性公益文化生态贡献力量，谱写女性公益慈善事业绚丽篇章。

—— 中国妇女发展基金会副秘书长 董葵

”

“



‘她来管家’这个项目，让我从一个“三转”（围着灶台转，围着老公转，围着孩子转）女人从家里转到了外面，经过培训成为了月嫂，拥有了自己的事业，我现在也有能力赚钱养家了！

—— “她来管家”女性赋能公益项目学员 刘春华（哈尔滨）

”

- 坚持以尊重员工为核心的工作准则，提倡两性平等，为员工打造多元共融的工作环境
- 持续提升员工福利待遇，全面推广灵活办公制度，努力提升员工舒适感与归属感
- 多渠道收集员工想法与建议，建立数字化平台增进员工内部沟通，传递企业文化与价值观
- 提供领导力和专业技能等各类培训课程，助力员工实现全面发展
- 加强安全生产投入，构建覆盖100%员工的职业健康管理体系，打造安全舒适的工作环境

- 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”，为弱势女性发起“牧典生命”女性健康公益项目，唤起社会对女性健康的关注；2016-2021年间，已累计为超过10万名女性提供免费“两癌”筛查
- 开展“她来管家”女性赋能公益项目，提高欠发达地区女性就业水平，2021年培训学员达700余人，就业率达87%，收入提升154%
- 与上海市慈善基金会签约成立“上海市慈善基金会爱茉莉太平洋关爱基金”，共同推出“AMORE能量青年”心理关怀公益项目，助力高校学生塑造积极、健康的心态
- 携手清华大学教育基金会开展为期五年的“文化之美”公益项目，推动非物质文化遗产保护和传承
- 通过中国扶贫基金会向河南灾区捐赠200万元和市值300余万元的个护清洁产品
- 连续7年发布可持续发展报告



专题：数字化布局 赋能美力时代

经济高速发展的时代下，消费升级与数字化革新不断交汇融合，形成消费市场新业态，激发经济增长新活力。爱茉莉太平洋中国（以下或简称“公司”）把握机遇，全力配合爱茉莉太平洋集团（以下或简称“集团”）的数字化转型发展战略，联合领域专家及合作伙伴，持续挖掘数字化赋能美妆市场的潜力，构建数字化高潜人才团队，为消费者带来更优质的服务与体验。

打造专业团队，以数据驱动美丽

以优化和加速品牌数字化转型为使命，集团发起成立Digital COE Division，同时在中国组建精锐的数字化人才团队，负责及时跟进市场动态，发掘新型数字化增长动力，加强数字化执行力，引领公司数字化转型发展。

Digital COE Division聚焦驱动数字化转型的四大核心能力，不断拓展和加强数据渠道能力建设，丰富业务过程中产生的数字化内容类型和处理能力，以消费场所取得的成果为导向，持续实现市场效率和效力的双重优化。

驱动数字化转型的四大核心能力

数据 数字化内容 市场投资效力 市场投资效率

集团及公司品牌数字化转型优化与加速模型

消费端关注领域

消费者行为
消费者获取
消费者参与
消费者存留
消费者数据监测

通过优化和加速
品牌数字化转型

目标成果

收获品牌用户
拓展市场规模
强化市场投资效率
增加投资回报率
提升市场投资效力

Digital COE Division组织架构及主要工作内容

DIGITAL COE DIVISION

Performance Marketing COE Team

基于数据分析，识别品牌数字化转型挑战，制定优化及加速数字化转型解决方案，通过部门创新合作等方式，加强数字化技能，优化消费者行为和工作方式的改变，进而促进集团数字化销售增长及投资回报率

Data Analysis Team

针对站内、站外渠道实时数据，开展数据收集、处理、分析、可视化及生成工作；通过Dashboard平台自动导出消费洞察相关数据，为Performance Marketing COE Team和其他数字化转型相关部门持续提供数据支持

案例：Dashboard数字化平台赋能新消费洞察

2021年，公司充分结合自身业务场景需求，携手阿里云定制开发了多维度、可视化的Dashboard数字化平台。针对中国市场，Dashboard目前已实现5大品牌——雪花秀、兰芝、梦妆、悦诗风吟、吕以及电商平台和社交媒体全渠道的数据抓取与呈现。通过对商品交易总额（GMV）、流量、社媒声量等核心数据指标进行分析，品牌能够更有效地挖掘消费洞察力，及时优化调整销售策略。此外，公司不断拓展数据渠道，精进分析矩阵，本报告期内共发布9个版本，均有新内容或功能更新。



公司荣获阿里云“国际最佳数字化转型奖”

探索部门合作，焕亮品牌之美

Digital COE Division的核心使命是为品牌探寻数字化转型的策略和机遇。基于Dashboard数据分析和呈现，Digital COE Division与品牌电商团队保持紧密合作，及时向品牌反馈站内、站外数据指标变化，有针对性地优化渠道营销策略，协助品牌推进数字化项目的具体执行。

为应对快速变化的电商环境，2021年，公司对品牌电商进销存信息管理系统进行全面升级，与合作伙伴系统对接，避免了传统手工数据录入导致的盘点误差率高、数据精准度低、数据录入不及时等问题，有效提高工作效率。

案例：聚焦数字化人才储备

公司持续将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。2021年，通过5大主题的集合培训课程，不断提升专业知识及自身软实力，包含流量获取、会员管理、线上营销、店铺管理以及合作商管理，共覆盖8场培训，285人次。同时，通过14个主题的行动学习方式，促进电商团队把课堂所学应用在工作课题项目的实践上，解决业务实际痛点，从而赋能组织，促进绩效提升。



品牌电商团队多主题集合培训



“品牌营销加速营”培训

激发员工潜力，赋能数字化战略

在集团数字化转型战略的部署下，爱茉莉太平洋中国将员工数字化能力培养作为公司人才建设投入的重心。针对高级管理层、业务部门及其他员工等不同培养对象和相应所需的能力要求，公司围绕电商、数字化营销、客户洞察和全渠道等数字化转型关键业务环节开发了丰富多元的培训课程，在新时代的战略拐点之际，为业务方向的转型与蜕变保驾护航。

案例：玩转多元营销模式

在品牌数字营销建设和用户增长维度方面，公司不断坚持打造前沿和具备启发性的线上线下学习课程和工作坊。通过“玩转社交平台”系列活动，邀请合作伙伴字节跳动和Bilibili进行品牌现场策略分享会，合作加速品牌认知升级。同时，公司设立“营销洞察大咖说”系列活动，定期邀请外部行业大咖进行趋势和案例分享，激发品牌创新应用灵感。基于对新零售知识储备的需求，学习与文化发展中心和公司旗下各品牌开展深度交流，合作推出“新零售业务增长训练营”培训课程，通过“一课一主题”的专题化学习，将学员个性化学习需求与共性需求有机结合，从基础理论到实操案例、由浅入深地助力学员构建新零售业务思维。

在数字化转型战略的驱动下，公司充分开发和利用线上学习平台“美学堂”；通过与品牌合作，对内容投放进行梳理，从视觉优化和用户友好性等方面深化改革，积极跟进一线伙伴的学习情况，打通线上线下培训数据。2021年，通过“美学堂”平台开展了一系列线上培训课程，提升知识的触达率，保证培训效果；“美学堂”平台投放培训共计149次，学习点击43,730次，覆盖一线销售人员4,700余人。

爱茉莉太平洋 铸就美丽世界

秉承集团“以美丽与健康为人类做出贡献”的企业精神，公司在助力每个人绽放独具之美、铸就美丽世界的道路上不断前行。从每一位顾客的特征出发，通过需求洞察、技术创新以及基于保护自然的价值链共鸣，坚持用高品质的产品和用心的服务，助力中国消费者享受更加美丽和健康的生活。

作为集团最大的海外市场，公司各品牌加大线上渠道的开发力度，2021年已在天猫、京东等主流电商平台、新兴社交平台及一系列新型渠道布局拓展，并在国内240个城市设立了5,944个线下网点。

	2020	2021
 销售额 (亿元)	63.80	74.61
 纳税总额 (亿元)	8.47	7.44

Vision 2025

AP使命及 原则 (ABC Spirit)

Live Your New Beauty

让所有人找到属于自己的美，享受使之获得实现的生活，这正是爱茉莉太平洋所追求的“New Beauty”。

扩大到日常生活的New Beauty

走出狭义的美，涵盖顾客的产品使用生命周期与日常生活。推出实现内外合一与美好生活的健康 (Wellness) 产品，以及提高功效价值的新一代美妆产品。

通过数字技术相连的New Beauty

运用数字技术和顾客数据，在每个触点为每位顾客提供超个性化美妆解决方案。打造与顾客沟通的紧密链环，优化顾客体验。

建立在共情之上的New Beauty

我们尊重每个人的信念、多样性和大自然。在人间爱的基础上，积极审视企业生态圈并建立共鸣。与重要利益相关者沟通，绽放共存与同行的美丽价值。

以“铸就美丽世界”为使命，爱茉莉太平洋致力为所有人找寻并绽放其独具之美；通过践行五大原则，实现对美好世界的承诺。

使命

铸就美丽世界 We Make A MORE Beautiful World

原则

ABC Spirit



顾客至上



力争第一



开放合作



尊重差异



正直行事

可持续发展 目标SDGs

联合国可持续发展目标（SDGs）的实现是每个人所期待的美好未来，同样也是爱茉莉太平洋集团作为具有行业影响力一员所不懈追求的愿景。结合行业特性及优势，集团从环境保护、社会福祉、经济发展、生态共建等维度出发，制定了与SDGs紧密挂钩的2030可持续发展五大承诺。公司积极配合推动集团目标的实现，结合本地环境与社会问题，通过切实行动为创造一个更美丽的世界全力以赴。



2030 可持续发展 五大承诺

为了实现“铸就美丽世界”的使命，集团不断积累可持续经营的实践经验，聚焦“与顾客、社会同行”和“与自然和谐共生”两大支柱，发起“2030可持续发展五大承诺(2030 A MORE Beautiful Promise)”。根据集团所制定的可持续发展方向，公司围绕产品全生命周期不断加速绿色创新步伐，联合生态伙伴积极投身公益和行业合作，主动加入国际倡议并切实履行企业社会责任，以此实现与顾客、社会和自然共美的和谐方式。

2030可持续发展五大承诺

Promise 1

在新产品中100%体现环境/社会友好属性，并开展促进顾客可持续生活方式的品牌活动。其要点是减少新产品环境足迹、创新绿色化学技术以及开展促进负责任消费的品牌活动等。

兰芝旗下产品获得水足迹和碳足迹认证，雪花秀旗下产品获得碳足迹认证

悦诗风吟举办“限塑型动局”、“空瓶回收”等活动，倡导可持续消费理念

Promise 2

在公司内外倡导多样性和包容性的价值观，实现与利益相关方的共同成长。核心内容是将构建更加多样和包容的组织文化，为全体员工提供培训及意识提升项目；开发/开展能传递多样性、包容性的产品及活动；投资1000亿韩元助力弱势群体经济赋能和公民的健康生活。

围绕女性、文化、自然三大领域开展各类社会公益活动，2021年共计投入1,747.9万元

基于调研结果为100%的员工定制改善方案和培训计划，开展年度绩效考核和能力发展评估

Promise 3

实现全球生产场所的碳中和，实现废弃物零填埋。为此，爱茉莉太平洋将推进多项实践方案，包括在全球所有生产场所的可再生能源使用率提高至100%等。

设定生产范围的减碳目标，规划减排路径，采取提高设备能效、优化配方及工艺流程、使用光伏发电及新能源物流等措施

成为首个加入全球RE100的韩国美妆公司

Promise 4

减少产品包装材料中的塑料用量，塑料包材100%可循环、可重复利用或可堆肥降解。具体实践内容包括将30%的塑料包装材料使用再生塑料或生物塑料，提供更多可替换的产品及服务。

悦诗风吟旗下的安瓶面膜膜布添加天然的积雪草纤维成分，同时获得无刺激认证

多品牌使用FSC认证的再生纸张制作产品花盒，2021年内环保花盒达1,200万件

多品牌采用具备高环保性能的PCR(Post-Consumer Recycled Material)塑料作为容器材料，促进塑料循环利用

Promise 5

投资100亿韩元保护生物多样性，截至2023年90%以上使用经RSPO认证的可持续棕榈油。为此，计划引进保护生物多样性及适应气候变化的先进技术，并通过与非政府组织及供应链的合作为棕榈油农户提供支持。

增加可再生原料采购，2021年RSPO(Roundtable of Sustainable Palm Oil)认证棕榈油使用量占总用量的20.21%

伊蒂之屋和悦诗风吟率先计划从2022年开始，在非特新品上免除所有动物实验

2030 A MORE Beautiful Promise

与顾客、 社会同行

与自然 和谐共生

扎根中国的美丽陪伴

作为负责任的企业社会公民，公司高度关注运营地所在社区的相关方诉求，联合政府、社区、公益组织等伙伴，充分发挥自身资源优势与社会影响力，积极回馈社会。

随着集团开启在中国的本土化进程，可持续发展的愿景和承诺也在此孕育生长、健康发展。秉承“铸就美丽世界”的集团使命，充分考虑和结合中国本土化社会特征，围绕女性、文化、自然生态三大领域，积极开展各类社会公益活动。



赋能女性之美

以关爱女性为初衷，结合国家政策方向，公司围绕“女性健康”和“女性赋能”两大领域积极推动公益实践。通过帮助更多困境女性提升自我健康意识、实现经济独立和自我发展、重塑美丽与自信，公司不断拓展为女性聚力的爱心版图，携手社会力量共同为女性福祉凝聚关爱。

■ “妆典生命”女性健康公益项目

“妆典生命”女性健康公益项目由集团发起，于2011年引入中国，通过教授女性癌症患者皮肤护理及化妆技巧，帮助她们重拾美丽与自信。2016年，“妆典生命”项目全面升级，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”，聚焦女性“两癌”（乳腺癌和宫颈癌）全程呵护。

2016至2021年，爱茉莉太平洋女性专项基金累计投入资金达5,400万元人民币。依托专项基金的建立，“妆典生命”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，通过多元渠道赋能女性健康。

推动改变——欠发达地区女性免费“两癌”筛查

乳腺癌和宫颈癌是女性常见的恶性肿瘤，在我国的发病率呈逐年上升趋势。爱茉莉太平洋中国将女性关怀作为社会责任核心议题，设立“两癌”筛查公益项目，旨在帮助欠发达地区女性提升健康意识与生活习惯、提供免费医疗救助。

2016至2021年间，“两癌”筛查项目已覆盖6省33县，持续为超过10万名弱势女性提供免费筛查，为超过30万名女性普及相关知识。

2021年是中国从脱贫攻坚走向乡村振兴的第一年；以“健康助力扶贫”为起点的“两癌”筛查项目也迎来新的转折点。项目于黑龙江、贵州及云南3省8县启动，覆盖人群从农村延伸至城镇、不受户籍限制、放宽覆盖年龄范围，从而扩大受益群体，有效应对“两癌”发病年轻化的趋势。本报告期内，“两癌”筛查项目为15,285名低收入女性提供免费筛查，为弱势女性群体献出实实在在的健康关爱。



“两癌”筛查活动现场



“两癌”筛查惠及人数 (人)

携爱前行——爱茉莉太平洋女性健康公益跑（茉莉跑）

六年来，茉莉跑通过线下活动和线上挑战、大型公益跑和百人训练营等不同形式，不断唤起跑友们对女性“两癌”的认知与关注。2016至2021年，共吸引50万名线上及线下跑友参与其中。

2021年，茉莉跑第一次跑出上海，精心设置广州、武汉城市分站，根据当地城市特色规划跑步路线，与更多跑友和爱心伙伴见面。

作为一项以关注女性健康为核心的公益活动，茉莉跑更是一场传播健康知识、提升女性“两癌”防治意识的爱心接力。活动现场精心设置的公益宣言墙、关爱拍摄区以及“两癌”防治科普视频和“两癌”防治手册等让跑友们对女性“两癌”的科学防治有了进一步的了解，也鼓励他们健康的生活理念分享给身边的人。



2021年茉莉跑广州站

义起说爱——品牌联合义卖

每年3月，公司旗下品牌通过线上及线下渠道，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。义卖所得部分款项捐入“爱茉莉太平洋女性专项基金”用于支持“两癌”筛查及术后康复等女性健康公益项目。

2021年3月1日至31日期间，通过购买义卖指定产品参与活动的爱心消费者共计超过35万人次，各品牌携手消费者一起用实际行动支持女性健康公益事业。



联合义卖活动现场

■ “她来管家” 女性赋能公益项目

近年来，随着居民人均收入水平的提高以及人口老龄化、家庭小型化、生活现代化速度的加快，人们对家政服务社会化发展的需求日趋旺盛。为响应国家促进就业和推动家政服务业提质扩容，2020年，爱茉莉太平洋中国与妇女发展基金会共同发起“她来管家”女性赋能公益项目，以“授人以渔”的方式帮助女性实现自我发展。

“她来管家”项目向困境女性群体开展优质、高效的家政类专业培训，旨在提升区域内女性职业技能水平。参训学员通过考核后，将被授予当地适用的职业培训合格证书；同时，通过组织现场招聘会、引入社区服务站及线上服务平台等资源，助力学员获得有效的就业机会。部分学员在受训后选择外省就业或自主创业，以进一步实现自我发展。



项目设计之初，公司邀请了第三方咨询机构对项目开展全程跟踪评估，根据实施情况、地区差异及利益相关方反馈校准目标、不断改进。

2021年3月，项目再次于贵州和黑龙江两省同步启动。基于上一年取得的项目阶段性成果与经验，公司深刻意识到“可持续运营”对于项目长期发展的重要作用，编制发布了《“她来管家”项目管理标准化手册》和《管家就业口袋书》，尊重各地实际情况的同时，帮助各地执行机构进行规范化、可持续化管理，并对学员普遍关心的法律、心理等问题进行解答。



“她来管家”管家就业口袋书



“她来管家”家政培训课程

	2020	2021
线下培训人数 (人)	715	710
就业人数 (人)	609	621
就业率 (%)	85	87

绽放青春之美

随着经济社会高速发展，青年群体普遍面临着认知发展、生活适应、人际关系、学业就业等多方面的挑战。为了给“Z世代”发展注入更多能量，公司携手公益组织、专业机构与领域专家，为他们提供多种形式的心理健康支持与关爱。



同学们围绕“心理觉察”的主题分享交流

■ “AMORE能量青年” 心理关怀公益项目

2020年，爱茉莉太平洋中国发起“AMORE能量青年”心理关怀公益项目，助力大学生科学疏导心理压力。

2021年，通过设立“上海市慈善基金会爱茉莉太平洋关爱基金”，公司进一步整合优势资源、拓展公益行动。以“自我察觉”为主题，年内为8所高校开展了12场相关活动，希望通过创新多样的形式帮助大学生缓解心理焦虑，引导他们乐观面对挑战。同时，公司以问卷调查的形式对大学生心理健康状况及需求开展调研，共回收1,503份有效问卷，为项目策划提供宝贵的数据基础。

2021年下半年，项目还推出了线上课程，围绕“人际关系”和“应对压力”两个备受关注的话题，通过知识讲解、方法拆解、游戏练习等趣味形式，让同学们以更灵活便捷的方式和途径了解心理健康知识，保持乐观、健康的生活和学习状态。

未来，项目计划持续开展心理关怀活动和线上课程更新，通过线上课程与线下活动双线并行的方式，让更多年轻人拥抱身心健康的美好生活。



“AMORE能量青年”校园路演活动在西安交通大学



专业心理咨询师为南京师范大学的学生们带来一场以“人际关系中的我”为主题的公开课

传承文化之美

爱茉莉太平洋中国坚守创造美和分享美的初心，跨越时间和空间的界限，致力于将“美”本身转化为一种语言，实现传承、对话与交融；持续从亚洲传统文化的沃土里探索美的真谛，并将这份对美的理解与社会各界共同分享。

■雪花秀“文化之美”非遗保护公益项目

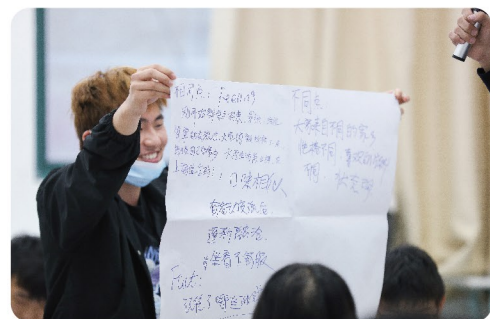
千百年来，中华民族在与自然和历史的互动中创造了宝贵的非物质文化遗产。传承至今，却遭遇了飞速的科技进步和人类生产生活方式前所未有的时代剧变。2017年，雪花秀正式启动全球公益项目“Beauty From Your Culture（文化之美）”，并在中国率先落地；携手清华大学成立“清华大学雪花秀非遗保护”基金，共同保护和传承中国非物质文化遗产，让这些传统手工作品回归生活语境，再次为公众所熟知。

自2018年起，雪花秀先后以“文化之美·漆心可见”、“文化之美·金有所属”与“文化之美·影戏人间”为主题，分别聚焦山西漆器髹饰技艺、云南金属工艺及陕西皮影戏的传承与发展，大力支持传统工艺的创新研究及对外交流，唤起全社会对传统之美的感知和保护意识。

2021年是“文化之美”项目开启的第四年，雪花秀将目光投向粤绣这项传统工艺的传承和延续。粤绣作为四大名绣之一，以华丽的风格和明艳的色彩而闻名；近年来，却面临缺乏创新、宣传不力的失传困境。为让粤绣故事重回大众视野，雪花秀以“文化之美·绣色可观”为主题，携手清华大学团队成立项目组，前往潮州、顺德、广州三地，拜访多位粤绣传承人，在博物馆、匠人工作室、文化遗址进行探访，实地考察粤绣的生存与发展现状，并开展为期十天的粤绣工艺传承与创新研修班，招募有志于传承粤绣的学员。通过将传统技艺与现代审美相结合，雪花秀向公众诠释崭新的传统之美，从而唤醒公众对传统文化的了解和热爱。



项目团队在潮州考察“非遗”传承人工作室



大一新生分享对“自我觉察”的思考

	2020	2021
 活动场次	6	12
 活动参与人数	1,293	1,575
 活动触达人次	22,000	25,500



“文化之美·绣色可观”公益项目宣传海报

播种生态之美

源于自然，回馈自然。爱茉莉太平洋中国始终将环境保护视为企业的责任所在，在推动自身绿色转型的同时，通过组织丰富多样的环保公益活动，促进消费者环保意识的提升和行为改变，倡导人与自然和谐相生的消费和生活方式。

■悦诗风吟百万植树计划

自悦诗风吟成立以来，“环保”这一概念早已刻入品牌基因中，深深影响并形成了品牌对于绿色消费和生活理念的坚持与倡导。自2012年首次进入中国市场，悦诗风吟便积极参与到上海根与芽青少年活动中心发起的“百万植树计划”公益项目中，每年组织志愿者队伍亲赴内蒙古沙化地区营建公益林，让更多消费者与员工亲身体验青山绿水的来之不易，了解环境保护的必要性和迫切性。截至2021年，悦诗风吟已累计种下105,500棵树苗，坚定地以自己的方式为地球绵延绿色生机和健康。



志愿者在内蒙古种植公益林

拓展责任之美

公司不断拓展公益实践的深度和广度，在社区重建、教育支持等其他社会公益领域积极贡献，秉承一如既往的社会使命感，将责任之美播撒向更远的地方。

■支持河南灾后重建

2021年7月，一场洪涝灾害无情席卷了河南省150个县，严重影响当地居民生命安全，造成巨大经济损失。爱茉莉太平洋中国积极响应救灾，通过中国扶贫基金会向河南灾区捐赠200万元人民币，分批投入设备援助、灾后以工代赈家园清理、采购消杀防疫物资、采购粮油包等项目中，切实支持灾区紧急救援和灾后恢复重建工作。

与此同时，携旗下品牌为灾区捐赠市场价值超过300万元的个护清洁产品，通过中国扶贫基金会陆续发往河南灾区，为灾区居民的日常生活提供保障。



携手中国扶贫基金会驰援河南水灾

2021 可持续发展荣誉

- 第十三届中国企业社会责任年会“2021年度责任案例奖”
- 第六届“社会价值共创”中国企业社会责任卓越案例评选“优秀奖”
- 2021企业社会责任（CSR）大会与2021在华韩国CSR模范企业表彰暨CSR论坛“为地区贡献部门优秀奖”
- 第十三届《企业社会责任蓝皮书》发布会暨ESG中国论坛2021冬季峰会“责任金牛奖-责任产品奖”和“2021中国企业社会责任发展指数日化行业三强”
- 2021外滩“创新治理”国际合作高峰论坛“2021企业社会责任贡献奖”
- 2021年度国潮大消费行业评选榜“年度最佳创新公益项目奖”



“她来管家”女性赋能公益项目于第十三届中国企业社会责任年会荣获“年度责任案例奖”

与顾客、社会同行

以顾客需求为导向，
集团持续探索产品创新和技术研发的提升路径，
发掘产品生命周期中的可持续潜力，
希望通过产品和品牌传递生态之美和包容性的价值，
倡导更广泛的可持续消费行为。秉承集团环境和社会友好的经营理念，
爱茉莉太平洋中国积极行动，凭借对消费者的深入洞察和对技术工艺的不断革新，
将可持续属性融入优质的产品体验，携手顾客、员工与伙伴，
一齐为解决环境和社会问题贡献力量。



可持续产品 成就“美”的 每一步

从大自然的智慧中汲取美丽精粹，爱茉莉太平洋潜心研究天然原料，围绕消费者需求开发其所蕴含的功效价值，制定落实严格的质量标准，开展自然与人和谐共处的研发模式。通过在技术研发和创新领域持续赋能，不断推出符合中国消费者期待的高品质产品，助力更多消费者绽放个性之美。

持续原料，守护自然之美

爱茉莉太平洋中国严格遵守集团制定的《可持续产品开发规定》，根据自身产品对环境和社会的积极影响，对可持续产品的属性进行定义与划分，形成规范化的产品开发全流程。通过将更多环境和社会友好的产品呈现给消费者，公司致力引导消费者聚焦自然之美，从而推动可持续消费变革。

棕榈油是化妆品的重要原料之一。然而，棕榈园乱砍滥伐的现象衍生出一系列日益严峻的问题：森林大规模锐减和荒漠化，越来越多的物种处于濒临灭绝的险境，温室气体排放日益加剧以及供应链人权所引发的道德风险。深刻意识到这一全球化挑战的严重性，公司将《可持续产品开发规定》落到实处，大力支持可持续棕榈油采购。通过增加采购经RSPO (Roundtable of Sustainable Palm Oil)¹ 认证的可持续棕榈油、联动价值链为棕榈油农户提供支持，呼吁更多行业伙伴加入到可持续采购的行列中。

20.21%

截至2021年末，RSPO认证棕榈油占棕榈油总使用量的20.21%



803吨

截至2021年末，可再生原材料使用量²：803吨



- 1: 即棕榈油可持续发展圆桌会议，作为非营利组织，与全球供应链上下游企业合作，致力于棕榈油行业的可持续发展
- 2: 可再生原材料为橄榄油、表面活性剂

案例：降低生态足迹，为地球减负

联合国2020年《世界水发展报告》提出，一个世纪以来，全球用水量已上升6倍，且仍在以每年1%的速度持续增长。水资源污染和紧缺匮乏、气候变化等问题已成为人类必须共同面对的挑战。集团深刻领悟人与自然相互依存、相互影响的紧密关系，视生态保护为自己义不容辞的责任。

作为集团旗下的高端护肤品牌，雪花秀在将天然草本原料和人参视为产品研发精髓的同时，潜心探索产品的环保潜力。

品牌旗下的滋盈肌本润养水/乳在原料采购、包装、生产、物流、弃置等环节进行改造升级，双双获得Carbon Trust碳足迹认证³，以2021年销售量为基准，分别减少0.6吨和17.8吨二氧化碳排放，相当于78棵和2,196棵成年松树在充分吸收了温室气体排放后达到的减排效果。



雪花秀滋盈肌本润养水/乳



作为以“水科技”为品牌理念的兰芝，在生态保护方面的努力从未止步。品牌旗下的新水酷「小蓝盾」系列产品均获得国际权威机构碳信托 (Carbon Trust) 水足迹认证⁴。通过减少产品包装中的塑料含量、为部分产品推出替换芯等方法，减少产品周期内的用水量，为守护地球家园贡献力量。



兰芝新水酷「小蓝盾」系列产品

兰芝畅销产品“睡眠面膜”（兰芝夜间修护睡眠面膜）在保持产品功效不变的前提下，通过包材更新，实现单件产品用水量减少0.7升，减碳量达105克。根据一般的使用习惯计算，每70毫升免洗面膜可减少23张一次性面膜的废弃物；通过有效减少废弃物的产生及其引发的环境污染，该产品在2020年10月和2021年5月先后获得Carbon Trust水足迹和碳足迹认证，对兰芝在节水减碳方面所付出的创新努力和成果给予高度认可。



兰芝“睡眠面膜”（兰芝夜间修护睡眠面膜）

- 3: 从原料采集到开发、生产、废弃的整个产品生命周期的耗水量信息
- 4: 从原料采集到开发、生产、废弃的整个产品生命周期的二氧化碳排放量信息

案例：美丽采购，对自然的承诺

随着经济快速发展、消费需求持续增长，资源和环境压力也随之加剧；保护地球以使其生态免遭破坏已然成为全球性的重要挑战。2010年起，集团发起“美丽采购”的承诺，通过加大采购并使用以绿色种植方式栽培的植物原料，努力坚守“美丽采购”三大原则：与采购当地社区实现互利共赢、保证原料天然纯正、保护生态系统。多年来，梦妆、雪花秀、魅尚萱、悦诗风吟等品牌持续拓展“美丽采购”原料的应用边界，使用优质可靠的天然原料为消费者呈现环境及社会友好的产品，从源头赋予产品可持续价值。

旗下品牌梦妆将盛开后自然掉落的山茶花作为原料，应用于山茶凝时塑颜系列产品中，提高原料资源利用率的同时，有效避免对山茶树的人为伤害。

梦妆花萃透亮系列通过“美丽采购”获得泰安半岛的百合，一方面确保原料天然纯正，透明公开原料产地，让顾客放心使用，另一方面也保证原料的稳定性及持续功效。



梦妆山茶凝时塑颜系列



梦妆采摘自然掉落的山茶花

案例：源于自然，膜布安心无刺激

与纯净美妆 clean beauty 市场趋势结合，集团努力提升产品的环境友好属性，如在产品研发中优先考虑使用植物来源或易生物降解的成分。在悦诗风吟的面膜研发中，面膜膜布的生物降解性能首次被纳入膜布认证的评估指标，植物来源或易生物降解的膜布材料也成为首选。在悦诗风吟安瓶面膜系列产品中，面膜膜布采用独特的三层复合工艺，由上下两层积雪草纤维膜布与内层面纱布叠构而成，打造轻盈肤感的同时，积雪草作为天然植物能够进一步强化肌肤舒缓力。此外，膜布本身也经实验证明为不具备刺激性，充分提升消费者使用的安全感。



添加天然积雪草纤维的安瓶面膜膜布



悦诗风吟安瓶面膜系列产品

产品研发，引领创新之美

不断挖掘研发创新潜力，为消费者呈现令其满意的产品是爱茉莉太平洋一如既往的追求。自集团于1954年在韩国成立了首家化妆品研发室，随着自身全球化发展，在亚洲、欧洲、北美设立了6大研发基地。亚洲“颜值经济”的快速崛起也显著影响着中国化妆品行业的发展，持续显现高速增长的态势；作为6大研发基地之一，中国研发中心在技术与创新方面持续投入，深入洞察本土消费者的多元化需求，不断加强团队的多维度能力建设，打造了一支由60名精英组成的中国区技术团队，与全球研发人员共同拓展科技创新的边界。同时，公司践行开放式的研发理念，与全球范围的行业和研究机构保持良好的合作关系，发掘并带动优质创意及技术的交流互享，为行业研发生态的健康发展贡献力量。

	2020	2021
 研发总投入 (万元)	3,000	3,398.5
 新产品数量 (中国区)(个)	153	167
 科技工作人员数量 (人)	53	60

产品研发与创新

案例：人参专利护肤技术赋能肌肤抗老

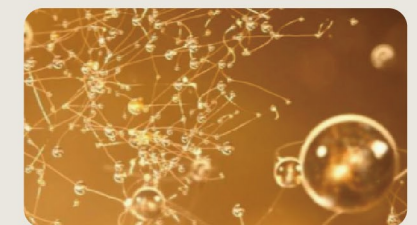
在抗衰老理念深度渗透的当下，中国抗衰老市场规模持续扩大，消费人群年轻化、诉求细分化的趋势日益显现。在肌肤抗老领域，集团以人参原料研发为核心优势，经过50余年的技术积累的突破，开发出以人参皂苷为核心成分的传奇赋活精萃 (Ginsenomics)⁵，具有卓越的抗老护肤功效。结合集团自主开发的生物转化技术，利用酵素从人参中高含量提取稀有皂苷，将每1,000克新鲜人参中仅能提取1克的Ginsenomics浓缩6,000倍。目前，该成分已应用到集团旗下高端护肤品牌雪花秀的多款产品中，包括雪花秀“时光胶原霜”（御时紧颜参养乳霜）和“时光双瓶”（滋盈生人参皂苷修护精华液和御时紧颜参养精华露）。随着集团对人参技术的精进和拓展，Ginsenomics也将广泛地应用于集团旗下的产品，为消费者带来更多元化的美丽体验。



雪花秀“时光胶原霜”



雪花秀“时光双瓶”



雪花秀精研成分--人参·肽

5: 指产品成分水解人参皂苷类中含有的Compound K

案例：创新视黄醇稳定化技术

近年来，“早C晚A”的护肤法则在社交平台上备受热议和追捧，视黄醇（又称“维A醇”）作为对抗皮肤衰老的黄金成分，也成为行业内的研发热点。视黄醇稳定性低、极易氧化的成分特性对提取手段、使用方法和保存条件都提出了更高的要求。视黄醇稳定化技术是集团在功效性护肤领域的主力研发方向之一。在过去的27年里，集团针对视黄醇成分特性上的局限不断更迭技术，相继推出多款以视黄醇为核心成分的抗皱产品，主要布局在旗下品牌兰芝和艾诺碧的产品线中。集团最新推出了第四代视黄醇物质Seletinoid G，并已应用于为中国消费者量身定制的兰芝“纯A眼纹擦”（致美青春视黄醇眼霜）；在网状包裹分离稳定技术（Cube Cell™）的加持下，通过9层锁鲜包装和3步隔氧保鲜设计的创新设计，有效做到防光阻氧，锁定成分活性。



兰芝“纯A眼纹擦”



9层防光锁鲜包装



3步隔氧保鲜设计

案例：专利益生乳酸菌精粹，平衡皮肤微生态

充分利用睡眠时间修护肌肤、保持肌肤水润强韧已成为备受消费者认可的护肤新趋势。爱茉莉太平洋以深入的市场洞察作为创新研发的基础，自2002年提出“睡眠美容”概念的二十多年来，一直致力于皮肤微生态领域的研究，为消费者在“睡眠黄金时间”打造改善皮肤状态的全系列产品。旗下品牌兰芝作为涂抹式睡眠面膜的开创者，不断更新面膜的成分和科技，2021年推出了第五代“益生蓝罐面膜”（益生修护睡眠面膜），在上一代产品的基础上升级添加济州岛绿茶发酵益生乳酸菌精粹⁶（乳酸杆菌发酵溶胞产物），强韧肌肤屏障，平衡肌肤微生态。

6: 是提取自绿茶、从238亿活菌中获得的首款专利成分，有益于改善和强化皮肤屏障



兰芝第五代“益生蓝罐面膜”

行业研究与分享

案例：入驻进博会，跨界共话未来

与行业各界保持开放多元的对话合作是爱茉莉太平洋一直以来愿景和实践。中国国际进口博览会（“进博会”）作为极具影响力的国家级展会，始终与时俱进，每年“跨越”全球，不断吸引尖端科技与创新思想的汇聚和碰撞，共筑全球共享共赢的舞台。自首届参展以来，集团先后带来3D打印面膜、双色唇膏定制、一站式镜面肌测仪等全新的智能技术和个性化体验。2021年11月，爱茉莉太平洋第四次参展进博会，以“铸就美丽世界”为主题，携旗下9大品牌、600余件展品，全方位展现在产品研发、数字化体验、可持续发展等领域的理念及成果。

爱茉莉太平洋第四届进博会展台特别设置了“对话未来”论坛活动区。集团资深研究员与药理学专家、知名美妆及护肤博主同台对话，深入破解美肤成分背后的科技创新。从人参作为亚洲传统珍贵药材在肌肤抗老化方面的应用及原理、平衡视黄醇“安全性”与“稳定性”的研发突破以及针对皮肤“昼夜节律”和“睡眠黄金期”的研究与发现三个方面，结合中国消费者的行为和需求，共同探讨美肤趋势和创新研发，充分展现爱茉莉太平洋在美肤领域对技术创新和产品研发永无止境的追求。



“人参传奇”御龄抗老养肤论坛



“视黄醇新说”成分研讨会



爱茉莉太平洋集团第四届进博会展台

案例：开放式研发，推动行业发展

秉承对开放式研发的包容理念，爱茉莉太平洋中国在集团的支持下，积极推动和参与行业技术交流与合作，与生态伙伴通力合作，共同为行业创新贡献智慧。

2021年7月5日，兰芝Beauty & Life研究所以“睡眠美容”为主题召开了第二届国际学术研讨会，邀请多位国内外领域专家从睡眠、昼夜节律、微生物组等睡眠美容观点出发，深入介绍多项学术研究成果，分享创新解决方案和美容经验。



兰芝睡眠美容国际学术研讨会

2021年8月31日，雪花秀举办第二届科研创新中心全球研讨会，以线上直播的形式邀请知名药学专家、雪花秀上海研究所专家，共同探讨雪花秀人参创新成果及人参护肤研发发现。



雪花秀第二届科研创新中心全球研讨会

同年10月，中国研发中心还受邀参加了由天津中医药大学、中国美容博览会、天津尚美化妆品有限公司主办的第二届“中草药科技与化妆品应用论坛”，并发表题为《韩国本草化妆品研发现状与展望》的主题演讲，从化妆品行业整体形势出发，分享公司在植物原料及化产品方面的科研进展与技术成果；通过国际视野，与行业专家共同探讨中国特色植物配方在化妆品行业的未来趋势。



中国研发中心研究员在大会上发表主题演讲

7: 是一所虚拟研究所，专注于在皮肤自身研究的基础上更进一步，研究现代人的生活方式，以此为据提供皮肤问题解决方案和令人愉悦的美容体验

案例：产学研一体，驱动协同创新

伴随全球科技和经济一体化发展，我国逐步加强“产学研”一体化进程，通过三方协同创新的合作模式，有力推动科技成果转化成为现实生产力和市场应用，从而获得理想的经济和社会效益。为助力“产学研”加速发展，爱茉莉太平洋中国积极投身到与高校、行业协会、研究院等机构的合作中。公司与北京工商大学建立合作关系，开展化妆品原料美白功效评价研究。

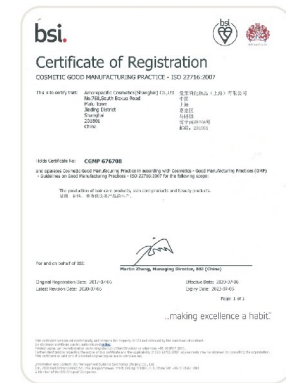
行业合作上，公司深度参与由中国香料香精化妆品工业协会、北京日化协会、上海长三角非织造材料工业协会等行业协会发起的团体标准研制工作，凭借丰富的行业经验和积极的合作意愿，为行业标准化建设贡献专业力量。此外，公司还与上海市质量监督检验技术研究院合作开发全新的化妆品检测方法，助力推动化妆品行业质量和安全管控。



爱茉莉（上海）美丽妆园

质量管控，保障品质之美

确保产品健康与安全是企业合规经营的底线，也是实现健康可持续发展的重要基础。爱茉莉太平洋中国严格遵守《化妆品卫生监督管理条例》《化妆品检验规则》《化妆品安全技术规范》（2015年）等国家法律法规，针对生产各环节制定了相应的质量管理体系，明确产品质量标准与流程。公司设立了设施完善的检测中心，包括理化、微生物及分析实验室，主要负责原料和包材的入库品质管控，进一步强化公司的产品质量安全管理水平。2021年，检测中心的微生物实验室和分析实验室均通过了中国合格评定国家认可委员会（CNAS）认可的复评审，分析实验室也顺利通过了重金属分析的能力范围扩大认可。此外，公司位于上海的生产基地，爱茉莉（上海）美丽妆园（或简称“美丽妆园”），也已通过了ISO 22716:2007化妆品良好生产规范认证。



ISO 22716:2007认证证书



CNAS实验室认可证书

	2020	2021
产品合格率 (%)	99.8	99.8
产品Claim率 ⁸ (ppm)	27	25

8: 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

产品全流程品质管控措施与制度

阶段	管控措施	对应制度
入库	· 原料、包材入库后在理化实验室、包材实验室、微生物实验室进行入库检查，合格后经QMS系统通过，投入使用	《原料入库验收制度》 《原料、内容物标准品管理规定》 《异物管理》 《原料检查标准制定方法》
生产	· 为每款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、生产注意事项等 · 生产过程中对产品进行首检和巡检，“双流程”保障安心品质	《新品产品标准确定流程》 《包装材料检查标准》 《包装材料验收制度》
出库	· 产品出库环节，对每批产品进行抽样检测，除《GB/T 37625-2019化妆品检验规则》要求的常规检验项目外，根据《化妆品安全技术规范（2015年）》开展关于有致病菌的检测项目； · 根据绝对品质要求，对产品进行重金属、二恶烷、甲醛等有害物质安全性检测	《产品质量检验制度》 《包装现场抽样检查制度》 《成品检测标准》 《2021绝对品质运营基准》 《不合格品控制程序》

为切实优化产品质量相关投诉的解决效率和规范性，爱茉莉太平洋中国建立严格的管理制度体系；从投诉受理、分析投诉原因到处理投诉事件，形成全流程精细化管理，从而最大程度减少顾客损失，全力维护消费者权益。本报告期内，未发生因产品健康安全而导致的违规事件。

产品投诉及缺陷解决措施与制度

问题	解决措施	对应制度
产品质量缺陷	根据产品批号进行追踪，主动开展缺陷产品召回工作，协调相关部门对缺陷导致原因进行全面分析，制定解决方案，杜绝类似情况发生	《产品批号追溯/召回程序》
产品退换货	如产品因质量原因退货，物流部门将该产品放归货品报废区进行无害化处理	《爱茉莉退换货管理制度》
化妆品不良反应	如出现产品引发不良反应的情况，第一时间开展事件调查，经核实后上报至质量负责人和公司负责人，经审核批准后，有序开展事件处置工作，并制定风险管理计划	《化妆品不良反应监测制度》
产品质量投诉	经各类渠道接收到产品质量投诉后，协调相关部门进行原因分析，制定质量改善方案，监督和验证改善效果，并以报告形式汇报原因分析和整改情况	《产品质量投诉接收与处理规定》

作为公司可持续发展的核心战略，数字化转型既是顺应时代发展趋势的重要举措，也是帮助公司实现高效能、精细化管理的有力途径。通过将数字化理念与各环节产品质量管控要求相结合，2021年，公司建立品质不良管理系统，生产各阶段的质量相关问题均可在该系统中进行反馈并形成记录单，为事件分析和供应商沟通打下扎实的数据基础。此外，公司构建了供内部使用的安全评估报告书撰写系统，逐步实现报告的自动化生成，有效提升运营效率。

携手顾客 解锁“美”的承诺

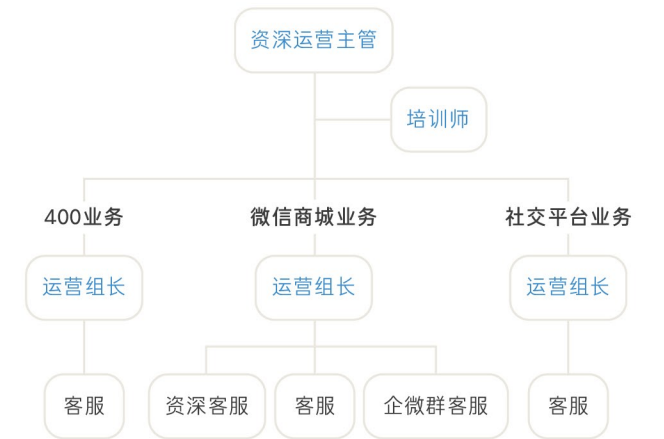
用心服务，打造“美”的体验

秉承“顾客至上”的价值观，爱茉莉太平洋中国将顾客的需求及满意放在第一位，不断优化服务质量，保护顾客隐私，以全流程、多渠道、深层次的专业服务，为消费者带来美好的体验。

■打造高效客服体系

以专业的客服团队和完备的客服系统为基础，爱茉莉太平洋中国构建了数字化、全渠道的OCS+（Omni-channel Service Plus）顾客服务中心。通过设立品牌客服热线与邮箱、配置微信公众号在线客服、按需发送点对点服务短信等多元化服务渠道，努力扩大服务触达范围的同时，高效解决顾客的疑惑与诉求。

爱茉莉太平洋中国客服中心团队架构图



■多渠道聆听顾客声音

为促进品牌与消费者之间的高效沟通、及时了解顾客在消费过程中的切身体验和想法，公司开展多平台的消费者调研活动，全方位聆听并收集顾客的反馈与意见。客服中心团队将收集到的顾客之声及时传递给各品牌，由品牌联合相关部门共同分析识别问题产生的原因，制定及优化解决方案，及时向顾客反馈并跟进后续意见，为消费者带来更高效的闭环式服务体验。

指标	2020年	2021年
顾客之声(VOC) (件)	153,428	204,554 ⁹
顾客投诉3日解决率 (%)	95.34	88.77 ¹⁰
顾客满意度 (%)	99.26	99.28

9: 2021年VOC总数较上一年增长的主要原因为线上渠道拓展；公司在“顾客会员中心”小程序内新设立客服咨询窗口，并在微信商城内开设了直播活动，促使有关活动详情、售后订单及物流信息的顾客咨询显著攀升

10: 2021年顾客投诉3日解决率增长的主要原因为线上渠道拓展；在微信商城的直播活动中，顾客咨询问题主要为活动优惠券及售后订单；其中优惠券补发和取消订单退款根据流程均需后台系统核实后操作处理

以客户导向为服务理念，公司持续完善客户服务管理体系，严格遵守产品各环节的品质标准，积极找寻品牌产品与消费者日常生活的契合点，在为顾客呈现高品质产品和优质服务的同时，倡导顾客共同践行绿色生活理念。

案例：多元培训，打造专业的客服团队

为进一步提升公司在顾客投诉及求助处理上的整体高效性，客服中心每月开展4-6次常规业务培训，包括介绍当月新品和次月活动、讲解业务流程与规范、提供软技能和定制化课程培训等，确保客服团队及时获取业务相关资讯、充分了解规范性要求。此外，客服中心为团队员工组织开展知识竞赛活动，帮助一线员工在活动中提高产品知识专业度、共情能力与沟通技巧。

100%

2020-2021年，顾客服务中心接受产品与服务培训覆盖率为100%



客服中心第一届知识竞赛

关注健康，守护“美”的基本

保护消费者健康与产品知情权是爱茉莉太平洋中国一如既往的承诺。公司严格遵守《化妆品检验规则》《化妆品安全技术规范（2015年版）》等监管要求，在确保产品标识的内容与形式合法透明的同时，积极向消费者宣传安全用妆的知识。公司与行业协会保持良好的合作关系，凭借各方资源优势，共同编织消费者健康安全保护网。

■规范产品标识与宣传管理

产品标识是消费者了解产品细节最直接和常规的渠道，规范化管理对于保护消费者健康安全起到至关重要的作用。针对面向消费大众的产品标识，公司严格遵守《化妆品标识管理规定》《消费品使用说明化妆品通用标签》等政策要求，制定内部审核流程，旗下品牌与相关职能部门相互合作，依照公司审核流程对产品名称、成分表、生产商信息、日期标示等基本信息逐级确认，最终确保产品标识做到真实、准确、科学、合法。进口产品涉及异地生产、进口及经销等额外步骤，公司在标识管理方面也制定了针对性的规范要求，严格审查并确保原产国、进口及经销商信息等完整无误，保证根据产品原包装标识翻译的中文内容与其进口化妆品卫生许可批件或备案凭证中的信息一致。此外，公司根据《中华人民共和国广告法》对产品宣传文案进行多轮内审，有效杜绝夸大、虚假或其他引人误解的内容，切实保障消费者的产品知情权。

针对产品物料的标识管理，公司制定《标识和可追溯性、召回控制程序》作为内部合规审查的规范依据；物料入库后，均确保贴有包含名称、编号、来源及入库日期等基本信息的贴签，针对判定为不合格的物料，相关部门张贴不合格标签并将其存放于指定区域以防误用；生产过程中，部门人员对物料标识进行全程保护，在遇到标识损坏或丢失的情况，将及时联系原标识部门处理，有效提高物料可追溯性。

0件

截至2021年末，发生过产品/服务信息标识相关的违规事件数0件
截至2021年末，发生过产品/服务市场营销相关的违规事件数0件



■确保产品健康安全

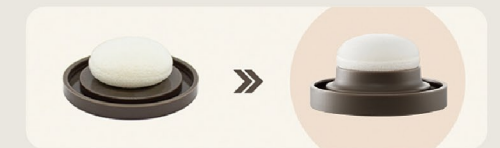
案例：梦妆，安心改善“发际线”困扰

针对“发际线”问题的困扰，梦妆潜心研发，推出畅销产品花运扑扑发际线粉。通过成分升级，该产品添加由集团精研的头皮和毛发护理成分——绿茶菁萃，同时富含大豆籽提取物、乳酸菌发酵产物、母菊花、山茶籽油等一系列滋养成分，有效润护头皮屏障，使消费者安心打造理想发型。梦妆在产品设计上也将消费者安全巧妙融入，通过升级粉扑的外观造型，减少使用时指甲触碰到头皮的频率，以减少对头皮的刺激。2021年，该产品顺利通过敏感头皮临床测试，进一步为头皮敏感的消费群体提供保障。



梦妆花运扑扑发际线粉

梦妆花运扑扑发际线粉敏感头皮测试



粉扑升级设计

案例：芙莉美娜，植萃护肤配方

种子萌芽的时刻，是植物生命能量最充沛的阶段。芙莉美娜潜心研究超过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。芙莉美娜对原料使用也有所承诺：产品成分严选自然，配方尽量减少人为化学成分的使用。

芙莉美娜推出舒缓修护保湿面霜和啫喱霜产品，在采用植物甾醇、高山莓果提取物等天然植萃成分的基础上，不添加矿物油、羟苯基甲酸酯及合成色素等，舒缓保湿的同时，修护肌肤屏障，维持肌肤健康状态。



芙莉美娜舒缓修护保湿面霜/啫喱霜

案例：魅尚萱，无氨炫彩更出色

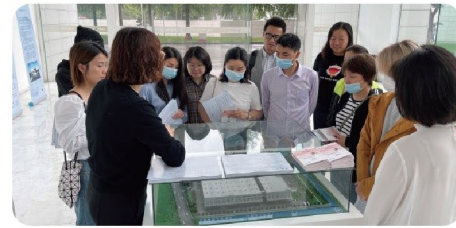
市场上多数染发剂都含有氨水成分，导致染发时散发出刺激性气味，为使用者带来潜在的健康隐患。魅尚萱推出了采用无氨配方的“欢乐玩色染发泡泡”（魅尚萱女团泡泡染），使用时避免刺鼻异味并能够散发如新鲜花束的沁香。同时，该产品富含植萃自然成分，能够有效保护发丝和头皮，为消费者带来健康愉悦的染发体验。



魅尚萱女团泡泡染系列产品

■提升消费者安全用妆意识

作为日化行业中颇具影响力的一员，爱茉莉太平洋中国把向消费者普及化妆品安全使用方法和相关知识视为自己的应尽职责。在“安全用妆，美丽有法”全国化妆品安全科普宣传周期间，作为上海市嘉定区化妆品企业协作组组长单位，公司组织开展生产企业开放日，邀请公众实地参观美丽妆园，介绍化妆品安全生产和质量管理流程，宣讲化妆品正确选购、使用和储存的方法，提升消费者安全用妆意识。



美丽妆园“生产企业开放日”参观现场

可持续理念，传递“美”的愿景

爱茉莉太平洋中国不断培育可持续品牌、打造以“绿色自然”为追求的产品，从消费者的视角出发，细致洞察将绿色环保理念深度融合至日常生活方式的可能性；通过推出一系列趣味环保活动，吸引并将可持续消费理念传递至更多消费者，进而推动和引领日常消费观念和行为的转变。

案例：悦诗风吟，开启“限塑型动局”

作为自然之美的倡导者，多年来，悦诗风吟以实际行动守护与回馈自然。早在2012年，悦诗风吟便陆续在中国推出“悦诗风吟空瓶回收”、“环保手帕”、“悦诗风吟公益林”、“绿色公益骑行”等活动，呼吁社会对生态环境的关注。2021年，悦诗风吟“限塑型动局”环保快闪店在位于上海的品牌旗舰店正式开幕，由“空瓶回收”、“限塑商店”、“限塑合伙人”、“限塑照相馆”以及“限塑茶水间”多个区域组成。消费者在了解品牌空瓶回收方面的实践和成果之余，亲手参与到“变废为宝”的过程中。快闪店内专设“空瓶回收桶”，鼓励消费者携带任何品牌的正装空瓶，通过店内回收的方式换取环保袋。回收后的空瓶经100%循环再生，制成各式各样的产品，陈列于“限塑商店”内供消费者参观。通过轻松有趣的展览和互动，悦诗风吟希望邀请更多消费者积极践行可持续消费和生活方式，与品牌共建绿色未来。

87.5万个



自2012年“空瓶回收”活动举办以来，累计回收87.5万余个空瓶

55.27万人次



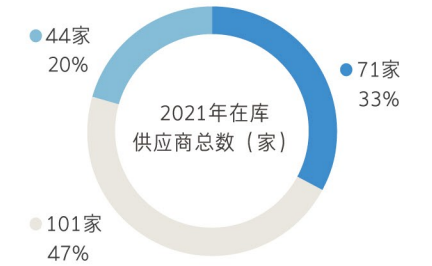
自2012年“空瓶回收”活动举办以来，参与顾客共55.27万人次



悦诗风吟“限塑型动局”环保快闪店

携手伙伴 共创“美”的未来

携手合作伙伴共同构建美丽世界，也是爱茉莉太平洋中国可持续发展的重要一环。因此，公司不断完善供应链管理体系，确保原料和服务采购全流程依法合规，并将环境友好、社会友好、伦理经营的理念融入到对合作伙伴的期望和要求中，助力打造和推动价值链的绿色共识。本报告期内，公司有在库供应商共216家。



● 产品包材 ● 产品原料 ● 店铺装修服务及印刷品服务

■新晋供应商多维度评估

公司对新晋供应商开展入库评价，主要对其公司规模、财务情况、工厂环境、生产及服务能力等因素进行考核评估。其中，供应商的产品开发能力、工艺及材料质量、环境管理相关资质、专利技术证明等均在考核范围内，以确保其在特定的环境与社会可持续发展维度上符合要求。

100%



2021年，新晋供应商共计17家，100%已接受环境及社会准入评估

■强化供应商风险应对

为有效防范供应链上的各类风险，公司通过第三方监测平台及公开信息渠道，及时了解每家供应商的经营状况、环境及社会合规等情况；当识别出重大风险时，公司按照风险属性及程度判断是否继续合作。此外，公司开展年度供应商评价和信用评估。供应商评价遵循公司《供应商评价指导书》，从其质量、交期、价格、可持续经营能力¹¹、服务响应等方面综合考核和等级划分，并对重点供应商进行实地考察。供应商信用评估则邀请第三方机构对其财务信息进行审核与评分，评分过低者将终止合作。



公司组织开展2021年优秀供应商见面会

100%



截至2021年末，公司有在库供应商共计216家，100%已接受环境及社会评估

100%



截至2021年末，通过上述评价，4家供应商被识别为具有重大风险，100%已接受并完成公司给予的整改要求

2.3%



截至2021年末，90%包材供应商通过质量、环境和职业健康安全管理体系认证，较2020年提升2.3%

11: 可持续经营能力包括供应商在雇佣管理、安全健康、环境管理、企业伦理、经营系统五大板块的表现

■推动供应链责任共美

供应链的绿色发展离不开产业上下游的共同努力。通过打造与上下游和谐共生的关系，爱茉莉太平洋中国持续构建企业社会责任生态圈，为推动可持续责任传递力量。公司与运营所在地的供应商建立紧密合作，通过原材料本地化采购，加速助力对地方经济发展的贡献，降低采购物流阶段的环境污染。公司严格执行集团发布的《合作伙伴可持续发展指南》，从人权劳动、卫生安全、环境保护、伦理经营四大维度出发，携手合作伙伴全方位提升供应链可持续责任意识，推动落实可持续发展行动，从而共建安全、环保、平等、合规的工作环境。与此同时，通过现场考察的方式，对合作伙伴就指南条例的配合情况进行评估，并对未符合双方合作协议要求的供应商提出整改方案，并追踪落实。

	2020	2021
 原料和包材本地化采购比例 (%)	75	75
 包材本地化采购比例 (%)	95	96

携手员工 呵护“美”的成长

多元共融，守护“美”的权益

每一位员工都是公司的宝贵财富，公司珍视和守护每一位员工的正当权益，严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等法律法规，努力保障员工获得平等、公正的待遇。在招聘过程中，严格杜绝性别、国籍、地区、人种、宗教、残疾等歧视，禁止雇佣劳工或童工，鼓励员工时刻践行“顾客至上”、“力争第一”、“开放合作”、“尊重差异”、“正直行事”的五大行为准则。公司所制定的《员工手册》和相关人事管理制度对录用条件、录用程序、劳动合同签署及更新、工作时间及假期、员工考勤、员工薪资、绩效评估、员工离职、奖惩制度等内容进行了规范与细化，确保公司管理机制的公开、透明。2021年，公司进一步将《性骚扰防范制度》编录在《员工手册》中，积极提倡两性平等，维持健康的同事关系。本报告期内，公司未发生与歧视、劳工童工雇佣或性骚扰相关的违法违规事件。

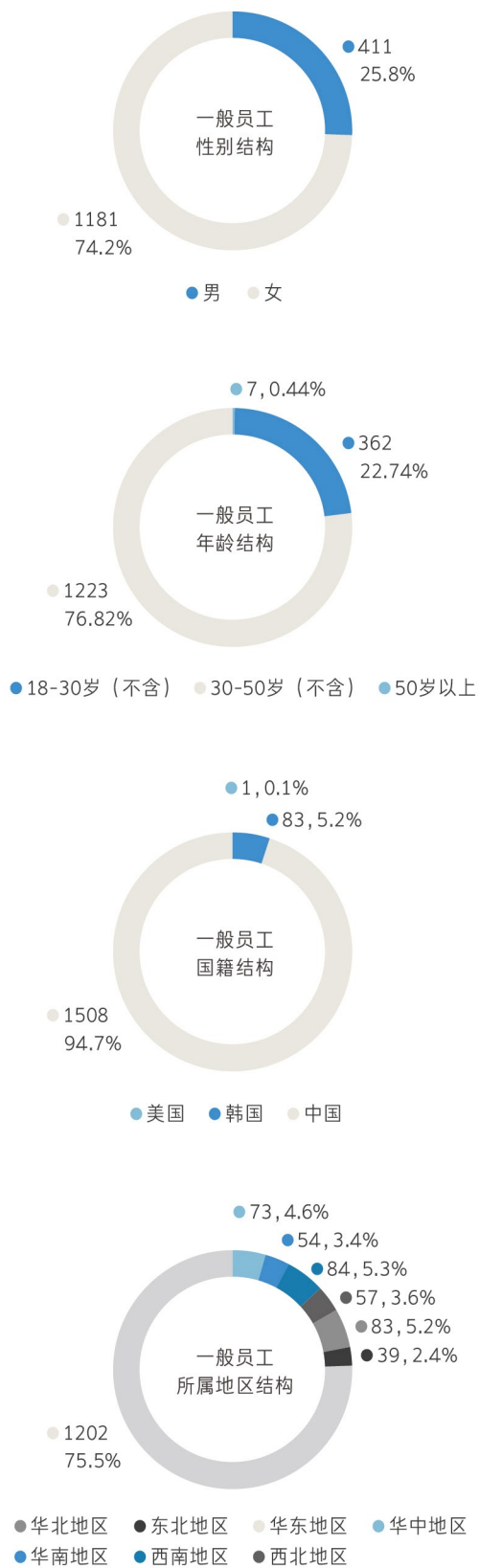
指标	2020年	2021年
员工总数 (人)	8,389	6,347
一般员工总数 (人)	1,758	1,592
其中，男性员工数 (人)	—	411
其中，男性员工数 (人)	—	1,181
残疾人雇佣人数 (人)	21	8
高层管理者中本地员工比例 (%)	62.86	60.90
员工本地化率 (%)	95.5	94.7
员工本地化率 (%)	100	100

1,592人



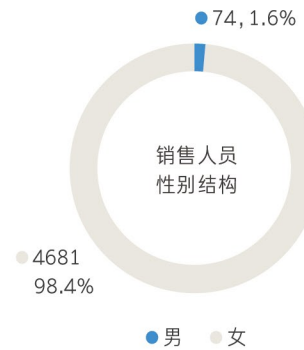
2021年，一般员工总数为1,592人

以尊重员工为核心工作准则，公司尽心为员工创建一个平等、健康且人性化的工作环境，并持续通过资源投入助力员工职业发展，力求打造一个多元共融的高效组织。



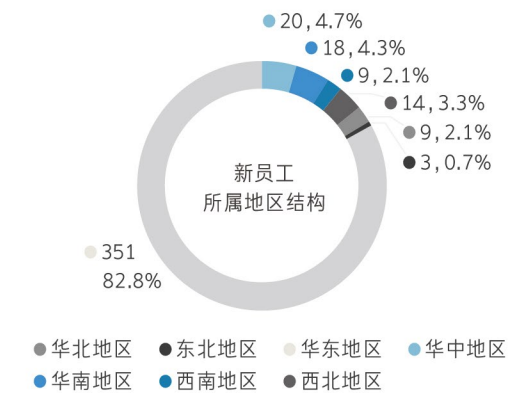
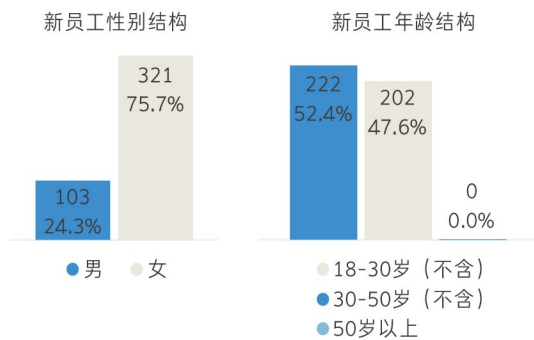
4,755人

2021年，销售人员总数为4,755人



424人

2021年，新员工总数为424人



职业发展，激发“美”的潜力

职业能力发展与培训

人才是企业发展的核心要素。爱茉莉太平洋中国一直坚持完善人才发展战略，通过不断健全培训体系，激发员工潜能，助力员工成长。公司通过线上线下授课、内部分享、项目参与等多样形式，围绕企业文化、领导力、专业技能、通用能力四大板块为员工提供各类培训课程，全力支持员工自我实现。

培训体系以年度业务目标为导向、ABC Spirit为基础，根据年初在公司范围开展的文化反馈（Culture Survey）和领导力反馈（Leadership Survey）调研，进行内部结果分析，并基于结果制定改善方案，持续为员工开发生动且具有针对性的培训课程。

文化反馈 Culture Survey

· 通过评估员工对公司和工作的敬业度及影响其敬业度的因素，了解员工对企业文化相关目标的实践水平，提出促进敬业和实践价值的企业文化改善方向

领导力反馈 Leadership Survey

· 以领导力模型为基础，鼓励每位员工向其直线经理进行领导力方面的评价，帮助直线经理理解自身优势和待改善之处，制定自我领导力发展计划并加以实践，与组织和成员共同成长

· 2021年，共121位经理人及管理者作为被反馈者参与了本次领导力反馈

公司培训项目类型和2021年培训情况



截至2021年末，员工培训平均时长（小时）



2020-2021年员工培训数据

指标	2020年	2021年
员工培训时长（小时）	19,981	17,512
员工培训投入（万元）	149.29	186.34
员工培训投入（万元）	3,725	3,052

案例：支持员工获得来自外部的能力认可

在公司现有职业培训体系的基础上，爱茉莉太平洋中国不断拓展培训项目的深度与广度，充分了解员工对独立外部机构发放的资质认证有所需求，认同其对员工个人职业发展的重要意义，通过鼓励员工根据负责业务和自身需求报名参加外部资质认证的培训与考核，全方位地推动员工的技能提升与自我发展。

54人

2021年，外部资质培训参与人数为54人



72次

2021年，外部资质培训次数为72次



170,372元

2021年，外部资质培训投入总额170,372元



职业晋升机制

为公正、透明地评估员工绩效表现、提供有效的职业晋升及奖励依据，公司开展年度员工绩效评估，结合年初设定的年度目标，绩效评估周期内就员工年度业绩及能力进行确认。同时，员工定期受邀与其直属上级就其工作表现进行沟通，也可就工作中遇到的问题向直属上级寻求指导和帮助。

2021年，收到定期绩效考核与职业发展评估的员工比例（%）



案例：塑造新时代领导力

2021年，公司继续开展领导力发展计划，根据领导力反馈结果明确年度发展方向，为不同层级的领导者提供针对性的改善方案；同时，设置“必修课”与“选修课”两类课程，在符合公司整体战略发展方向的同时，为领导者满足自身发展需求提供选择。通过课程学习与实践，助力领导者学以致用，带领团队达成期望的绩效目标。本报告期内，共开设6场培训，覆盖130人次。

员工安全，保障“美”的生产力

安全生产管理体系

为贯彻执行国家“安全第一，预防为主，综合治理”的安全工作方针，公司依据《中华人民共和国安全生产法》《建设项目安全设施“三同时”监督管理办法（2015）》等法律法规，制定《安全生产责任制度》《安全生产目标管理制度》等内部文件，搭建完善的安全生产管理架构，明确各层级的管理职责，并顺利通过ISO45001管理体系认证。公司成立安全生产领导小组，由公司领导层、部门负责人、工会和员工代表组成，负责审查安全工作责任的落实情况。安全生产管理机构作为日常工作的管理者，专门从事安全生产工作的计划及布署、监督及检查、总结及考核，督促组织各项安全检查活动，协助发现和解决事故隐患，保障安全责任的落实。为保障各项措施和年度目标的有效执行，公司与各层级负责人及员工签订年度安全责任协议书，并将部门工作开展情况纳入绩效考核范围，年度安全目标执行情况和效果评估将被作为各部门安全责任协议兑现和对部门安全工作奖惩的依据。



ISO45001管理体系认证证书

职业健康安全

守护员工健康是公司一直坚持的目标和方向。公司严格遵守《中华人民共和国职业病防治法》《危险化学品重大危险源辨识》《生产安全事故隐患排查治理暂行规定》及其他法律法规和行业标准，制定《职业健康管理制度》，构建完善的职业健康管理体系。同时，公司持续宣贯安全文化理念，普及健康生活知识，积极营造安全第一、关爱生命的良好氛围。本报告期内，职业健康安全管理体员工覆盖率为100%。

作为爱茉莉太平洋在华的生产基地，美丽妆园集研发、生产和物流等功能于一体，以灵活应对中国消费者需求。在安全生产方面，同样贯彻高标准管理，将安全维度充分纳入生产全流程，提升“美丽实力”。

- 定期开展危害源监测和风险评价工作，识别生产过程的潜在风险和隐患，制定风险防范及控制措施，定期对落实情况进行评审；
- 减少刺激性气味及粉尘较大的施工作业，安装除尘设备等空气净化装置，为员工配备安全帽、防护手套、防尘面罩、眼防护用品、耳塞等劳防用品，降低作业过程中潜在危害；
- 对从事接触职业病危害因素的从业人员设立岗前、岗中以及离岗全程职业性健康检查监督制度，统一安排员工前往具备资质的医院进行年度职业病危害因素体检；
- 定期组织安全检查，对重大事故进行调查分析，按“四不放过”原则¹²严肃处理并整改



因工死亡或造成重大伤害的员工总数为0
因工引发健康问题的员工总数为0
因工引发健康问题并导致死亡的员工总数为0



因工受伤的员工总数为3人，工伤率为0.19%



职业危害因素检测覆盖率100%
重大事故隐患整改率100%

12: 2004年2月17日《国务院办公厅关于加强安全工作的紧急通知》提出有关安全生产工伤事故的“四不放过”原则，即事故原因未查清不放过、责任人员未处理不放过、整改措施未落实不放过、有关人员未受到教育不放过
13: 参照GRI标准，基于200,000工作小时数，工伤率=因工受伤的员工总数/2021年总工时x 200,000；总工时为3,186,000小时

安全教育培训

为加强安全教育培训和安全管理，公司制定年度安全《培训计划》，结合每年安全生产形势，新增或调整计划内容并组织实施。新员工入职后，需接受并通过公司层面的安全教育培训，内容包括有关法律法规、安全生产和职业健康安全基本知识、公司相关规章制度、作业现场潜在风险和防范及应急措施等。对特种作业人员，公司按国家和行业的规定组织进行《特种行业上岗证》的取证培训。每年，公司定期进行应急救援演练，包括防台防汛等应对各种自然灾害，强化员工安全生产意识。此外，展览、宣传画、安全宣传栏等也是公司向员工普及安全文化的重要途径，通过富有趣味的艺术形式，提高员工安全生产意识和事故防范能力。



截至2021年末，员工安全生产培训次数为10次

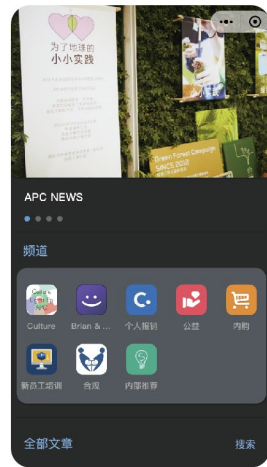


截至2021年末，员工安全生产教育培训率为100%

凝聚关怀，传递“美”的价值观

■员工沟通

公司建立开放、平等、上下流通的员工沟通机制，及时了解员工的真实想法和诉求，快速识别问题并予以合理解决，切实为员工带来归属感和幸福感，增进公司与员工之间的信任。通过设置包括员工意见箱、部门邮箱和热线等多种沟通渠道，公司倡导开放式的工作方式，鼓励员工反映心声，积极参与到公司经营决策、技术革新以及文化建设的工作中。顺应信息化办公趋势，公司还开设了官方微信公众号和同名小程序“茉莉plus”；作为企业与员工的重要沟通桥梁，提供企业发布、活动广场、HR在线、员工培训等丰富功能，在提高内部沟通效率的基础上，更好地为员工提供贴心关怀。2021年，公司上线“认同鼓励”小程序，鼓励员工主动察觉身边同事给予的无私帮助与温暖鼓舞，通过线上寄递“文化感谢卡”的方式，送去肯定与感谢。



茉莉plus微信小程序



茉莉plus微信公众号

为加深员工对企业文化的认同并为之受到鼓舞与激励，公司依托“茉莉plus”为平台，开展文化花园活动（ABC Spirit Explorer），围绕ABC Spirit的每一项行为准则组织员工进行文化探索。结合当下流行元素，每位参与探索的员工都能够获得一只文化盆栽盲盒，通过悉心照顾盆栽的过程，也在心中播种下文化的种子，切实成为一名ABC Spirit的践行者。



文化花园ASE小程序



团队成员以“顾客至上”为主题进行文化探索

■员工关怀

公司致力于打造开放且人性化的企业氛围，用心关注员工生活需求，为员工提供具备竞争力的劳动条件和薪酬福利待遇，持续完善福利保障体系，使员工在高效工作的同时获得满满的归属感和幸福感。

- **保障员工基本福利：**
依法依规为员工缴纳五险一金以及法律规定的其他保险福利、确保员工享有法定年假（包括婚假、育儿假¹⁴等）并按工龄额外给予补充带薪年休假；
- **丰富公司内部福利：**
每季度为员工发放一定市值的产品福利、节假日发放福利积分和应季礼品；
- **扩大保险覆盖范围：**
在为员工按时足额缴纳医保的基础上，还为员工及其子女购买补充商业医疗保险；
- **鼓励灵活工作制：**
制定《自主排班制度》以满足员工根据实际情况灵活调整每日出勤和具体排班计划的诉求；
- **呵护员工身心健康：**
组织定期体检并给予符合工龄条件的员工免费家属体检资格、为女性员工增加女性多发疾病检查项目、设置独立的哺乳室供孕期或哺乳期员工使用、安装符合人体工学设计的工位以提升工作环境舒适度；
- **丰富员工业余生活：**
为每位员工提供定额的团建费用额度，鼓励以部门为单位进行团建活动

14天

年人均带薪休假14天



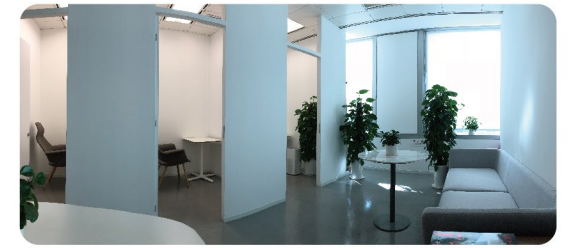
100%

社会保险覆盖率100%



指标	男	女
有权享受育儿假的员工总数(人)	411	1,181
休育儿假的员工总数(人)	13	52
育儿假结束后在报告期内返岗的员工总数(人)	12	41
育儿假结束后返岗且1年后在职的员工总数(人) ¹⁵	17	77

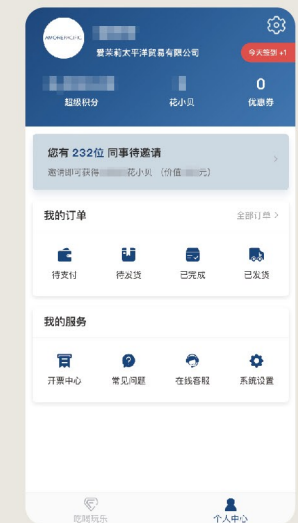
14: 育儿假对于女性员工指“产假”、对于男性员工指“陪产假”
15: 参考GRI标准定义，此指2020年育儿假结束后返岗，12个月后仍在岗的员工总数



员工哺乳室

案例：联手数字化平台发放员工福利积分

为打造“一站式”积分福利体系，赋能更高效便捷的福利发放体验，公司与第三方企业福利平台FAFULI合作，为员工提供包括医疗保险、健康体检、员工内购等多元化员工福利。交通和通讯相关开支的报销以积分形式返还，员工可使用积分在FAFULI数字化平台进行福利产品选购。



企业福利平台

与自然和谐共生

爱茉莉太平洋中国为创造一个更美丽的世界不懈努力，
面对前所未有的气候危机与自然挑战，
努力发挥业务优势和行业影响力，
利用低碳环保的技术手段，
不断倡导可持续理念，与大自然和谐共生。



应对气候变化

作为负责任的企业公民，公司充分认识到气候变化问题的严重性，不断探索可再生能源替代、低碳技术、高效设备应用等措施，致力于减少产品全生命周期及运营过程排放的温室气体。集团层面已建立完善的气候变化相关管理体系，由董事会和管理层领导形成组织架构，负责气候相关风险与机遇识别及评估、目标设定及监督、行动方案制定及执行。公司秉持集团精神，针对经营各环节不断探索并推进气候相关管理措施，为实现集团承诺贡献力量。

识别气候风险与机遇

作为重要的全球性议题，气候变化已被纳入集团整体的风险管理流程中，形成跨部门联动管理机制，协助董事会和管理层对相关风险做出快速且有依据的决策。集团风险管理系统以风险“预防”、“应对”和“避免重复发生”为着力点，通过对内、外部环境风险和发生率两大维度的分析，建立了预警系统，有效提示现有或潜在风险并及时做出应对。

2021年集团识别出的气候相关风险

符合现行法律法规	及时跟进新兴法律法规	低碳技术转型	避免违规及处罚
顺应低碳消费理念	维护企业名誉	急性物理风险如暴雨等	慢性物理风险如水源枯竭等

积极践行绿色承诺

爱茉莉太平洋中国积极响应集团在应对气候变化方面的各项承诺。2021年3月，集团正式加入RE100倡议，承诺到2030年实现100%通过可再生能源获取所需电力。作为集团的在华生产基地，美丽妆园持续挖掘自身减排潜力，通过对工厂范围进行第三方碳核查，全面摸清排放现状并以此作为制定减排目标和行动方案的依据。2021年，公司针对工厂范围设定年度碳排放控制目标，通过持续推动工艺优化、设备节能改造等一系列绿色生产举措，实际排放量较控制目标值低23.0%，取得显著的减排成果。为加速碳中和进程，公司通过光伏发电和国际绿证（I-REC）¹⁶采购相结合的方式，已成功实现生产场所100%绿电使用；同时，结合核证减排量（CER）¹⁷购买的辅助手段，包括天然气及汽油燃烧、冷媒逸散等所导致的剩余温室气体排放量也被相应抵消。本报告期内，美丽妆园生产场所已实现碳中和。

16: 即国际可再生能源证书（简称“国际绿证”），是国际公认的可再生能源消费记录标准，一个I-REC相当于一兆瓦时的电力
17: 指联合国执行理事会向实施清洁发展机制项目的企业颁发的经过指定经营实体核实认证的温室气体减排量

爱茉莉太平洋集团2021年CDP气候变化问卷得分获得B等级



2021年3月，爱茉莉太平洋集团成为韩国化妆品行业首家加入RE100倡议的企业，加入范围包括集团在韩国及海外所有事业场所



爱茉莉太平洋中国已根据2021年温室气体排放量，购买相应数量的I-REC和CER，作为实现2021年碳中和的有力举措



2020-2021年爱茉莉太平洋中国环境数据¹⁸

能源使用	2020年	2021年
天然气（立方米）	355,355	454,969
汽油（升）	—	5,893
光伏发电（兆瓦时） ¹⁹	—	62,2
生产用电总量（兆瓦时）	8,854	10,304
全年能源消耗总量（TOE） ²⁰	2,368	2,588
单位产值综合能耗（TOE/吨产品）	0.273	0.244
水资源	2020年	2021年
生产用水量（吨）	91,871	78,893
生产废水排放量（吨）	51,429	56,779
废水减排量（吨） ²¹	5,710	16,787
废水回收再利用量（吨）	5,710	16,787
COD排放量（吨）	1.10	1.06

18: 如未另外说明，统计口径为爱茉莉（上海）美丽妆园生产区域
19: 光伏发电来自爱茉莉（上海）美丽妆园二期所安装的太阳能设备
20: 吨油当量（Ton Oil Equivalent），统计口径为爱茉莉（上海）美丽妆园
21: 废水减排量均来自废水处理环节回收再利用，包括回收去离子水制造过程中前处理反冲洗水和反渗透（RO）浓水，用于冷却塔和车间设备初步清洗等

温室气体排放	2020年	2021年
范围一（吨二氧化碳当量）	703	1,610
范围二（吨二氧化碳当量）	6,620	0 ²²
排放总量（吨二氧化碳当量）	7,323	1,610
单位产值排放量（吨二氧化碳当量/吨产品）	0.843	0.152

废气排放	2020年	2021年
粉尘（立方米）	0.001	0.015
二氧化硫（立方米）	0	0.019
氮氧化物（立方米）	0.508	0.331
VOC ²³ （立方米）	0.176	0.196
排放总量（万立方米）	10,500	10,601
单位产值废气排放量（万立方米/吨产品）	1.209	0.998

废弃物排放	2020年	2021年
废弃物排放总量（吨）	499	374
单位产值废弃物排放量（吨/吨产品）	0.057	0.035

非可再生材料使用 ²⁴	2021年
原材料使用量（吨）	5,153
包材使用量（万件）	35,885

可再生材料使用 ²⁵	2021年
原材料使用量（吨）	803
包材使用量（万件）	1,200

22: 2021年，公司通过I-REC采购实现生产场所范围二碳中和，同时致使单位产值排放量较2020年显著下降
23: 挥发性有机化合物，主要来源为燃料燃烧等
24: 非可再生原材料包括提取物、香精、保湿剂、防腐剂等；包材包括玻璃、塑料制品、铝件等
25: 可再生原材料包括橄榄油、表面活性剂；包材包括悦诗风吟礼盒、梦妆智萃系列礼盒等

绿色生产 美丽护生态

随着工业经济快速发展，各地政府对绿色制造的鼓励政策持续加码，大力支持减少生产过程中能源资源的使用，缓解温室气体排放对生态系统造成的巨大压力。公司重视生产活动可能导致的环境问题，坚持全球统一“绝对品质”标准，贯彻ISO14001环境管理体系标准，深入挖掘原料采购、产品生产与包装、物流配送、办公运营等环节的绿色潜力，致力于构建全链路的绿色发展体系。爱茉莉（上海）美丽妆园作为国家级认证的绿色工厂，是公司在绿色生产方面的优秀实践，通过配备全球标准的运营系统和环保性设备，有效提高资源利用和生产率，降低资源消耗。



ISO14001:2015环境管理体系认证证书

10,626吨

截至2021年末，产品总产量达10,626吨²⁶

26: 指化妆品内容物总产量

节能减排，聚沙成塔

工业经济高速运转的当下，能源需求愈发显著，相关污染排放也正在侵蚀着生态环境的健康。爱茉莉太平洋中国深知这一挑战的严峻性，高度重视节能减排管理，积极推进由集团统一部署的能源和碳减排年度目标，通过制定《节能降耗管理规定》《废气管理规定》等相关制度、建立能源管理系统平台、对资源能源使用实施信息化管理、聘请第三方机构对美丽妆园进行温室气体排放核查等措施，推动节能减排的步伐。

■节能提效:

- 生产车间全面推广使用LED灯具
- 工厂办公室空调由中央控制室统一恒温管控，根据空间使用和人员流动情况调整空调状态
- 安装水蓄冷系统、采取2台热交换器交替使用、管路分离蓄冷水池的方式，实现年节电量27.5万千瓦

■清洁能源:

- 利用二期厂房屋顶安装了50千瓦太阳能发电装置，每年减少二氧化碳排放量69吨

■废气减排:

- 采用低氮燃烧器以及燃烧优化控制，使锅炉燃烧更稳定，有效降低氮氧化物（NOx）排放浓度至30毫克/立方米以下，排放总量削减70%以上
- 安装废水、废气在线监测系统并与当地环保局联网，实现废水COD平均排放浓度低于100毫克/升（国家标准500毫克/升），废气VOC平均排放低于5毫克/升（国家标准是70毫克/升）

■污泥干化:

- 为将污泥变废为宝，引入污泥干化设备，较传统高温烘干机具备更强的节能属性，能够将污泥含水率由83%降至20%，减容量达60%，减重率达80%，每月可减少污泥排放量30-35吨

规范处理，变废为宝

在产品阶段充分考虑节材环保的基础上，公司也将这一概念逐步延伸至产品的全生命周期，支持物料的减量使用，循环利用以及无害处理。针对一般和有害废弃物，公司制定《废弃物管理规定》《危险废弃物仓库应急预案》等相关制度，持续优化安全存储和无害处理流程。

■车间内的一般废弃物:

- **主要包括:** 化妆品生产及检验过程中产生的不合格品、废包装材料、废过滤网及滤膜、废过滤桶，污水处理站产生的废污泥等；
- **处理流程:** 经称重入库后，委托具备资质的供应商对不可回收部分进行焚烧发电处理；可回收废弃物由负责员工标识分类，委任第三方机构定期回收

■车间内的有害废弃物:

- **主要包括:** 化妆品生产及检验过程中产生的废机油、废油漆、油墨及废墨盒、废试剂及溶剂、有菌微生物培养皿、氢氧化钠空桶等；
- **处理流程:** 标识并转移至指定废弃物仓库，向环保局系统备案登记后由具备资质的供应商合规处置



废弃物可回收利用率(%)

	2020	2021
	45.06	50.49

3.49%



2021年，废弃物可回收利用率目标为47%，实际完成率高于目标值3.49%

2021年生产相关主要废弃物类型和排放数据

一般废弃物类型	排放量(吨)
沾染内容物包材, 车损不良品	100.2
污泥	85.5
一般性废液	53.7
报废包材	32.6

有害废弃物类型	排放量(吨)
氢氧化钾桶	5.162
废纤球	2.311
实验室废弃物	5.328
微生物器皿	0.432
切削油混合物	0.696
废油漆, 油墨, 废墨盒	0.326

废水减量，循环再用

水资源对化妆品生产至关重要；确保使用后的废水合规排放、避免或最大限度减少相关生态污染是公司义不容辞的责任。根据《中华人民共和国水污染防治法》《城镇排水与污水处理条例》等法律法规，公司制定《废水管理规定》，对生产和生活废水排放实施有效控制，确保达标排放。公司每年邀请第三方机构对工厂进行节水评估，根据建议及时进行优化。2021年，公司开展节水型企业创建工作并顺利通过评审。

■废水再利用:

- 废水经深度处理后，用于冲洗脱水机滤布及过滤器，2021年回收利用量5,487吨
- 将去离子水制备过程中的RO浓水回收并用于清洗室设备及工具的初次洗涤，2021年回收利用量约5,000吨
- 去离子水制备过程中的前处理过滤器反冲洗水经回收、过滤后，供冷却塔使用，2021年回收利用量约6,300吨

■雨水回用:

- 安装150吨规模的雨水储存和处理设施，对雨水进行回收，主要用于浇灌厂区绿化，年回收利用雨水2,000吨左右

绿色包装 美丽焕新颜

随着电子商务及现代物流的飞速发展，过度包装、不可降解的塑料包装给环境带来了沉重的负担，白色污染等问题也越来越受到利益相关方的关注。继2019年颁布《绿色包装评价方法与准则》，国家市场监督管理总局和国家标准委在2021年9月联合发布了最新修订的强制性国家标准GB 23350-2021《限制商品过度包装要求食品和化妆品》，对企业推动绿色减塑、轻量包装及可持续包装材料提出了新的要求及发展方向。

爱茉莉太平洋中国积极响应国家政策，严格遵守《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》等法律法规以及《可持续产品开发规定》等集团制度，采用环境友好型产品包装材料，减少产品包装材料中的塑料使用，加强循环回收和重复使用的“减塑”战略，助力发展循环经济。同时，公司对产品质量、开发采购等相关部门进行培训，详细介绍防止过度包装的政策要求、检测及判定标准，比较新旧标准变化；针对包装空隙率，采取新、旧两种包装空隙率计算方法，在产品开发、打样及入库阶段分别进行计算确认，满足高品质产品要求的同时，充分体现公司积极践行源头降塑的环境责任意识。2022年起，公司计划开展废弃物二次利用的排查工作，并对未沾染内容物的包材进行可回收压块处理。

案例：纸短情长，保卫森林

森林管理委员会（FSC）是致力于促进负责任的全球森林经营的国际组织，其认证确保产品来自于为人们提供环境、社会和经济效益的经营良好的森林。作为富有责任感的企业，集团主动承担起生态保护的重任，从产品包装入手，加快提升产品中使用FSC认证包装的比例，探索开发由柑橘皮和绿茶等废弃植物与再生纸浆混合而成的天然纸制品，助力从源头缩减木材需求，尽量减少森林砍伐及其对环境的负面影响。雪花秀、兰芝、梦妆、悦诗风吟、芙莉美娜等品牌纷纷加入保卫森林家园的行列中，通过使用FSC认证纸张材料，向消费者保证产品包装来自于能满足当代和后代社会、经济、生态需求的森林。本报告期内，可再生材料所制作的花盒²⁷使用量达1,200万件。



芙莉美娜FSC认证包装纸

27：悦诗风吟所有产品花盒、梦妆“智萃肌活”系列花盒

案例：低碳减塑，从“不覆膜”开始

塑料作为不可降解的材料对生态环境造成严重的负面影响。为践行减塑理念，雪花秀、兰芝、梦妆、悦诗风吟及吕等多个品牌已开始使用不覆膜的环保购物袋作为替代。本报告期内，参与品牌柜台所使用的环保购物袋共317万只，以每只传统购物袋覆膜塑料重4克为准，选择环保购物袋相当于减少12.68吨塑料的使用。



雪花秀不覆膜环保购物袋

案例：“塑”造循环，美好回收

PET塑料在包装领域的广泛使用造成了消费环节中产生大量的白色污染，对大气、土壤、海洋环境形成巨大的威胁。集团努力挖掘可再生资源替代传统材料的潜力，致力于在产品包装中使用更多的PCR²⁸（Post-Consumer Recycled Material）塑料，希望通过提升塑料循环利用率，有效减少新制塑料的使用。以芙莉美娜舒缓修护保湿面霜及啫喱霜为例，该系列产品使用具备高环保性能的PCR塑料作为瓶盖材料，产品花盒采用由100%甘蔗渣制成的环保纸。为降低回收难度，产品容器选用无涂层透明玻璃瓶，瓶身上的产品信息标签特别采用易剥离的设计理念，便于使用后对包装材料进行分类和回收再利用。



芙莉美娜舒缓修护保湿面霜可持续包装

28：即消费后回收材料与再生塑料，其主要优点为质轻，耐用与美观

绿色物流 美丽送到家

随着消费需求持续增长，资源和环境压力也随之剧增，环保与低碳的可持续运输已经成为新的趋势。绿色物流不仅满足了消费者对品质的追求，同时也能够减少产品运输过程中产生的碳足迹，最大程度降低物流环节对环境造成的负面影响。作为环保先行者，爱茉莉太平洋中国不断探索运输过程中的可持续发展模式，将绿色、环保的概念融入产品运输中，努力实现精准物流与社会经济和资源环境之间的和谐发展。

绿色胶带

物流包装环节，采用由植物纤维制成的环保型植物基可降解胶带，代替聚氯乙烯和聚丙烯的塑料胶带；采用48毫米以下胶带，并运用“十字打包法”，进一步减少胶带使用量，有效降低资源消耗

绿色气囊

物流包装环节，为避免产品在运输过程中发生碰撞破碎，采用充气缓冲气囊，不但能够使缓冲材料与产品充分贴合，达到理想的缓冲效果，也可以大幅减少缓冲材料耗材，打造环境友好的资源节约型运输方式

绿色仓储

物流仓储环节，采用洞洞板固定批量生产的洗发水容器，代替每个产品单独套袋包装，更便于洗发水容器的取用，同时减少纸屑异物的产生，打造绿色的仓储环境

绿色配送

采用多式联运和共同配送的方式，优化运输路线，合理配置运输资源，有效降低能源消耗，减少对环境的负面影响

绿色运营 美丽日行善

公司积极倡导员工将低碳环保理念落实到日常办公和店铺经营的各个环节，全力将绿色运营理念和措施贯穿始终。通过每一位员工的日常绿色善举，积少成多，汇聚成守护地球家园的绿色力量。

绿色办公

公司积极倡导“低碳环保，绿色办公”理念，在日常办公过程中贯彻落实节水、节纸、节电等行动，号召全体员工共同建设资源集约、环境友好型企业。

■养成绿色习惯

- 提倡员工使用自带杯且不对内提供以塑料为包装材质的瓶装水，会议室内张贴相关宣传告示，鼓励参会者在取用瓶装水后喝光瓶中水，节约水资源
- 定期发布打印文化通知，提倡双面黑白打印，减少纸张和油墨浪费
- 提倡员工使用视频会议系统，减少不必要出行
- 设立办公用品回收站，使用率低的办公用品共享使用
- 定期为员工提供环保培训，加强环保意识和专业知识

■节能绿色化

- 设置巡逻人员，下班期间及时关闭办公室无人区域照明，减少能源浪费
- 将公司班车更换为新能源车辆，提高清洁能源使用

■废弃物分类处理

- 一般废弃物进行分类回收，其中可回收垃圾资源化处理，其他交由物业统一处理
- 墨盒、灯泡、电池等有害废弃物进行分类回收，交由物业统一无害化处理

	2020	2021
 办公用电量 (度) ²⁹	395,090	641,461
 办公用纸量 (吨)	7.921	6.453
 墨粉盒 (个)	64	46

29: 2021年用电量统计范围有所扩大，新增位于上海港泰广场的品牌线上运营中心和培训中心以及包括武汉、深圳、成都和北京在内其他城市的办公室

绿色店铺

每一家店铺，都是品牌与消费者的纽带，也是可持续消费和生活方式的重要载体。通过在店铺建设和运营各环节采用环境友好型设计，公司旗下品牌为消费者营造了一方城市中的绿色空间。

项目	环保措施及成果	案例
柜台层板	<ul style="list-style-type: none"> · 磁背柜层板以铁质材料替换亚克力，能够有效吸附价格标签，减少亚克力损毁与更换 · 2021年亚克力使用减少量约为16,000个 	
店铺回收空瓶	<ul style="list-style-type: none"> · 店铺设立“空瓶回收箱”，通过积分兑换，鼓励消费者主动参与空瓶回收，减少白色污染排放 · 2021年空瓶回收总量为17.77万个 	
道具陈列	<ul style="list-style-type: none"> · 陈列道具采用PVC（聚氯乙烯）、PP（聚丙烯）、金属波浪板等轻便材质替换亚克力，减少亚克力等耗材使用 	
轨道射灯	<ul style="list-style-type: none"> · 采用LED节能灯替换传统灯具，保障店铺亮度的前提下尽量减少灯具使用，节约电力使用 	
家具	<ul style="list-style-type: none"> · 采用人造木皮替换原木木皮，减少木材使用量 · 2021年人造木皮使用量为7,320张，减少约42棵树木砍伐 	
绿植	<ul style="list-style-type: none"> · 店铺采用陈列方式放置绿植，循环使用的同时，有助于空气净化 	

多样生态 美丽无残忍

“万物各得其和以生，各得其养以成。”³⁰生物多样性使地球充满生机，也是人类生存和发展的基础。公司践行集团“减少虐待动物，和平共存”的理念，悦诗风吟和伊蒂之屋两大品牌已计划从2022年开始，在非特新品上免除所有动物实验，努力保护生物多样性。

案例：取消使用动物性毛刷

集团为减少动物性毛刷产品开发给动物带来的痛苦及虐待，宣布禁止使用动物性毛刷，停止开发时间为2021年11月1日，停止采购时间为2022年1月1日，现库存消耗及报废截止日期为2022年06月30日。伊蒂之屋、悦诗风吟率先停止使用动物毛化妆刷。




伊蒂之屋红铜毛修容刷

30: 习近平主席在《生物多样性公约》第十五次缔约方大会领导人峰会上的主旨讲话



合规透明，可持续经营

合规、透明的经营理念是爱茉莉太平洋中国始终坚守的原则，
也为保障公司稳步实现可持续发展、
不断创造企业价值奠定了坚实的基础。



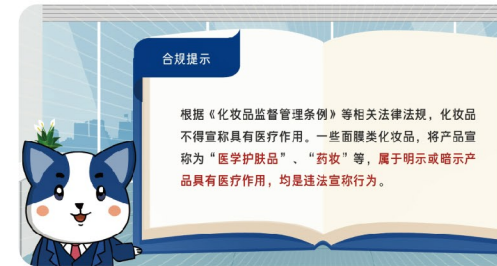
合规经营

以合规作为企业经营的底线，公司始终坚守严格的道德标准，不断完善合规管理体系，拓展合规责任与伦理准则覆盖的边界，积极保障公司与利益相关方合法权益。2021年，公司未发生任何违法违规或接受相关处罚的情况。

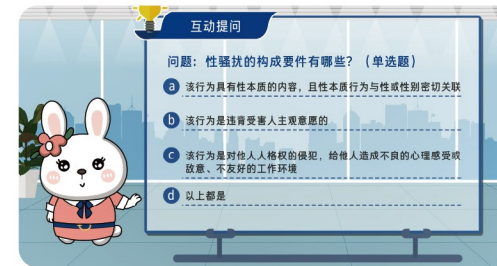
合规体系建设

为全面加强合规管理水平，公司制定了《爱茉莉太平洋中国合规管理制度》，围绕制度体系、组织架构及文化建设机制确立了具体职责和要求。公司法务部设立合规负责人，负责组织、协调和监督合规管理工作，并由合规风险协调人协助推进管理工作的落地执行，为各部门日常合规管理工作提供指导和监督。此外，公司为全体员工提供年度合规线上培训，以生动活泼的动画视频呈现业务过程中可能出现的合规场景，使员工在友好的氛围中提升合规意识和专业判断能力。2021年合规培训覆盖六大板块，包括化妆品合规、性骚扰防治、商业贿赂、商业秘密保护、知识产权保护以及促销活动合规，已完成培训的员工达1,190人。

	2020	2021
 合规培训完成率 (%)	91	90
 合同审核率 (%)	100	100



2021年合规培训-化妆品合规入门

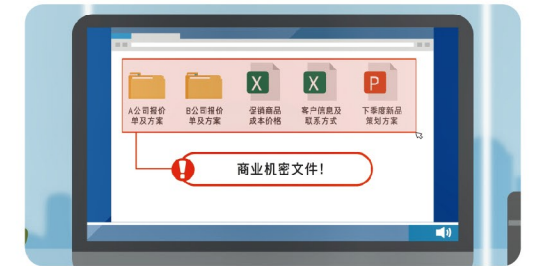


2021年合规培训-性骚扰“零容忍”



2021年合规培训-商业贿赂防范

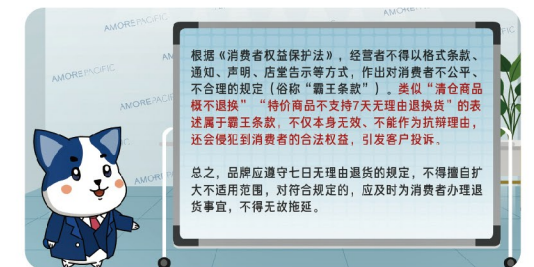
集团伦理纲领的六大核心内容



2021年合规培训-商业秘密保护



2021年合规培训-知识产权保护



2021年合规培训-促销活动合规

围绕集团伦理纲领的六大核心内容，公司编制了面向全体员工的《伦理指南》，以确立日常业务决策和执行过程中的行为准则和道德规范，进一步提高公司经营管理透明度与员工社会责任意识。每位员工都可通过入职时收到的《员工手册》查阅《伦理指南》的详细内容，确保在充分了解和掌握行为准则的基础上做出正确的判断。

反贪腐“零容忍”

公司要求员工诚信、透明地工作，杜绝以业务为由谋取私利，严格遵守《反不正当竞争法》《关于禁止商业贿赂行为的暂行规定》等法律法规，制定《反贪腐合规政策》，明确对商业贿赂等贪腐行为的零容忍原则。公司鼓励员工在收到不符合公司规定的礼物或招待邀请时，可先尝试拒绝或自行退回；若无法退回，员工可在公司合规平台申报后移交合规负责人处理。如发现员工存在未按规定申报等违反公司制度的行为，公司将依法依规进行调查和处理；如涉嫌触犯刑法，则将移交至司法机关处理。员工若知悉或发现任何违反公司制度的情况，可直接通过邮箱、电话或实地走访的形式向监察部门进行举报。举报人信息将严格受到保护，以杜绝任何因正义之举而受不公正对待或报复的情况发生。此外，公司对反贪腐的“零容忍”原则也已逐步向价值链延伸，要求所有合作供应商签订《道德誓约书》，反对一切不公正、违反商业道德的行为，助力合作伙伴共建正直价值观。



公司举报中心官方主页

除了提升员工伦理意识、鼓励各方发声，公司根据集团的《监察规定》，通过对部门或所属员工开展定期或特定监察，更主动地识别和处理贪腐等失职行为，有效降低违规风险。监察部门根据对监察结果严重程度的综合评判，给出处理结果并通报给被监察部门的负责人；负责人根据监察改善要求采取必要整改措施。对涉及违法或负有重大过失的人员，监察部门可向人事部门提出处罚建议。

2次



截至2021年末，公司范围开展的反贪腐监察：定期监察2次

16次



截至2021年末，公司范围开展的反贪腐监察：特定监察16次

0件



截至2021年末，公司反贪腐相关违规事件0件

公正交易与竞争

爱茉莉太平洋中国致力与合作伙伴建立公正的交易关系，在与公司与合作伙伴进行交易时，以互相信任和尊重为基础，通过公正交易实现互利共赢；秉持与合作伙伴共同成长和发展的理念，积极推动创新、共享利润。同时，公司倡导与同行企业之间善意、良性的竞争关系，严格遵守市场经济秩序，追求公正的创新和成功。本报告期内，公司未发生违反反竞争与反垄断相关法律法规的情况。

信息安全管理

公司高度重视信息安全，严格遵守《中华人民共和国网络安全法》等法律法规，并以信息安全管理及运营规范化为目标建立了完善的管理制度体系与组织架构，系统保障信息资产的机密性与完整性，有效防控信息泄漏、黑客攻击等安全威胁。公司针对防火墙等IT基础设施系统制定了《安全系统安全运营方针》，由信息安全组组长负责信息保护策划、政策建立和安全检查。此外，公司对供应商开展第三方信息安全审计，参考ISO27001等国际通用认证要求，以问卷、访谈、实地检查等方式相结合评估供应商信息安全管理制度的完善性。同时，公司建立多方位监控机制，覆盖公司网络安全、服务器安全、数据库安全及个人终端安全。如出现系统安全事件预警，信息安全组将根据事件类型进行事件源分类，提出修复建议。

2021年信息安全意识培训

以提升员工信息安全意识为目标，公司开展了2021年年度信息安全意识培训系列活动，通过线上培训视频观看和“随堂”测试，向员工普及信息安全定义、管理方法及个人信息保护措施，并设立富有趣味的奖励机制，根据参与者的测试得分与时效发放奖品，鼓励员工积极参与到公司信息安全建设中。



个人隐私保护

随着企业数字化运营与线上服务平台的普及，个人信息保护的重要性持续凸显。公司尊重每一位利益相关方的个人隐私，严格遵守《数据安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》等法律法规，制定了相应的个人信息保护制度，围绕信息使用场景，采取保护措施，全方位保障公司经营过程中所涉及个人数据的安全性。同时，为与利益相关方建立透明、畅通的沟通机制和渠道，公司设立了个人信息保护相关负责人，所有利益相关方均可通过公开邮箱（security@cn.amorepacific.com）进行个人信息安全方面的反馈和举报。

顾客隐私保护措施

- 针对品牌业务模式制定适用各品牌的《隐私政策》，明确对顾客个人信息收集、使用、存储等行为采取的方法，提供客诉渠道及方式等，并进行年度审阅和更新
- 在微信小程序端增加《隐私政策》弹窗确认功能
- 客服中心采取一系列措施保护顾客信息安全，包括统一使用公共邮箱进行信息传送，涉及顾客隐私信息均进行密码保护处理；设有独立办公区域及门禁；设置IP访问白名单等

员工隐私保护措施

- 针对工厂和研发部门同事，制定《人脸识别系统隐私政策》，按业界成熟的安全标准，采取相应措施以保护该类信息

同时，公司致力于向合作伙伴传递高标准的隐私保护理念，制定了《供应商信息安全管理规范》，要求供应商在开展业务时保障公司内部信息与信息系统的安全。公司根据《信息安全考核评分标准》对供应商进行评估，如发现违规行为，将视具体情况向供应商沟通反馈，确保在指定期限内完成整改。此外，公司与供应商签署《保密协议》，就企业经营管理、技术知识、第三方专利、著作权、商标权等信息的保密事宜达成共识，有效保护公司合法权益。本报告期内，公司未发生用户隐私泄露相关的违规事件或外部投诉。

ESG 管治体系

社会经济高速发展的当下，可持续发展对企业而言是履行社会责任、贡献社会价值的必然选择，同时也为企业带来一系列转型机遇，不断完善内部管理能力，推动行业发展。

可持续管治架构

公司高度重视ESG议题的管治工作，依据集团统筹部署的ESG管理目标和要求，规划实现路径，持续完善ESG管理体系，组建可持续经营最高决策机构——可持续经营委员会。

公司总裁担任委员长，负责ESG策略指导和决策、可持续发展报告的审阅及批准、可持续经营委员会周期会议参与等；总部可持续经营组作为支援小组协助项目管理部推进可持续发展工作的落地执行，包括社会公益、碳中和行动、ESG信息披露、利益相关方沟通等；工作小组由各职能部门组成，负责将具体目标落实到日常工作中，通过提升各业务领域的可持续发展表现，全方位推动实现公司ESG目标。



利益相关方沟通

公司与利益相关方建立了常态化的沟通机制，深入了解、研究各方对公司在可持续发展方面的诉求与期望，并将利益相关方关注的议题和建设性意见纳入公司决策过程中，逐步转化为可持续发展行动目标和方案。通过优化内部管理体系、推动产品技术创新、提升健康安全意识等行动，向利益相关方做出了切实的回应。

利益相关方	沟通频率	沟通方式	对公司的期望	公司的回应
集团	每月/每周	工作会议	<ul style="list-style-type: none"> 保障合规伦理经营 践行绿色运营及可持续发展 	<ul style="list-style-type: none"> 加强合规文化建设 认真落实集团战略及合规要求
管理层	每月	工作会议	<ul style="list-style-type: none"> 完善公司治理 持续创造价值 提升风险管理水平 	<ul style="list-style-type: none"> 规范决策、执行及监管机制 完善公司特色价值创造商业模式 提升包括可持续发展因素在内的风险管理能力
一般员工	每年、临时	员工调查 线上平台沟通	<ul style="list-style-type: none"> 保障员工基本权益 提供公平完善的职业发展机会 提升员工福利待遇 健康安全的工作环境 	<ul style="list-style-type: none"> 依法签订劳动合同并提供维权渠道 建立完善培训体系 采用弹性工作制度，提供额外员工团建预算 提供多元化的沟通交流渠道 采取有效职业健康安全管理机制
监管机构	每年、临时	工作会议	<ul style="list-style-type: none"> 确保业务经营依法合规 产品质量符合国家标准 公平竞争、诚信经营 高效的信息披露 	<ul style="list-style-type: none"> 加强质量管控和节能生产，保证生产经营各环节符合国家标准 坚守伦理经营，参与行业法规制定及研讨 及时、准时报送企业信息
顾客	每日	客户调查 线上、线下客服	<ul style="list-style-type: none"> 确保产品质量、效果及环保性 提供透明、准确的产品信息 保障消费者权益与多样化沟通渠道 	<ul style="list-style-type: none"> 加大需求导向的产品研发能力及投入，生产社会或环境友好型产品 依法向消费者披露产品信息 构建数字化服务运营体系，提高客诉回复率及时性
NGO	每月	工作会议	<ul style="list-style-type: none"> 提高社会投资回报率，以助力第三次分配的公平高效 	<ul style="list-style-type: none"> 定期与NGO研讨国家政策和社 会需求，复盘项目开展情况， 改进、拓展公益项目
社区	每月	公益活动 社交媒体平台	<ul style="list-style-type: none"> 支持社区经济发展、和谐稳定，提高生活质量 助力当地群众身心健康 加强地区沟通与交流 	<ul style="list-style-type: none"> 开展“牧典生命”、“她来管家”、“AMORE能量青年”、“文化之美”等社会公益项目 定期发布企业可持续发展报告 在公司对外沟通平台设立可持续经营专栏
合作伙伴(含供应商、生产商、零售商)	每月	工作会议	<ul style="list-style-type: none"> 优异的技术水平及合作效率 互利共赢，共同推动行业进步发展 公正、公开、公平的合作参与流程 	<ul style="list-style-type: none"> 定期开展供应商培训与分享 加强合作伙伴沟通，共同交流行业热议话题 建立供应商评估和竞标体系

可持续风险管理

为有效管控业务经营过程中的各类风险，爱茉莉太平洋中国持续完善风险管理能力，在董事会层面建立了多层级的风险管理体系，以充分应对包括政策及经济条件、营商环境、社交媒体影响、利益相关方诉求等各类风险。董事会下属的风险管理委员会是公司风险管理领域的最高管治机构；执行层面，由首席风险执行官（CRO）、风险管理小组、各职能附属委员会依次组成。职能附属委员会负责可持续发展相关议题的识别和汇报。

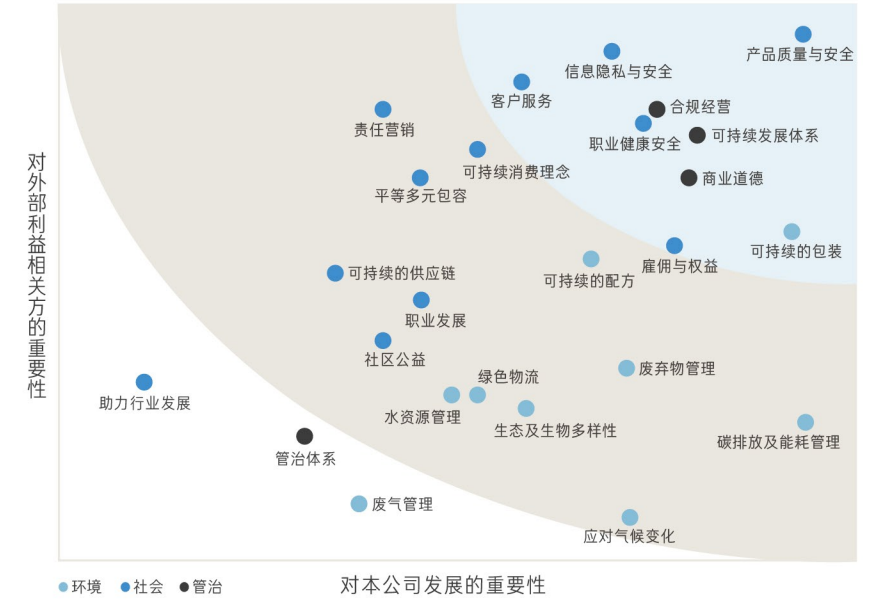
实质性议题分析

公司定期开展实质性议题分析，2021年，进一步优化相关管理流程，拓展利益相关方调研范围，更新完善对标范围，结合公司可持续发展承诺与愿景，形成2021年可持续发展实质性议题，作为指导公司开展相关工作的基础。

实质性议题分析流程



爱茉莉太平洋中国重要性议题矩阵



高度重要性议题	中度重要性议题	一般重要性议题
产品质量与安全	可持续消费理念	管治体系
信息隐私与安全	可持续的配方	废气管理
可持续发展体系	碳排放及能耗管理	助力行业发展
合规经营	责任营销	
可持续的包装	平等多元包容	
职业健康安全	废弃物管理	
商业道德	职业发展	
客户服务	生态及生物多样性	
雇佣与权益	可持续的供应链	
	绿色物流	
	应对气候变化	
	社区公益	
	水资源管理	

附录

关于本报告

报告发布周期及时间范围

自2015年起，爱茉莉太平洋中国已连续发布七份社会责任报告。2021年，公司将“社会责任报告”更名为“可持续发展报告”，旨在向社会各界更好地展示公司在环境、社会责任、企业治理方面的承诺、践行与成果。如无特殊说明，本报告时间范围为2021年1月1日至2021年12月31日。

报告组织范围

本报告包含的组织范围为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。本报告部分内容涉及爱茉莉太平洋集团（“集团”）相关信息。

参考标准及可靠性保证

本报告遵循准确性、平衡性、清晰性、可比性、完整性、可持续、时效性、可持续发展背景及可验证性的报告原则，全面参考全球报告倡议组织《可持续发展报告标准（GRI标准）》、中国社会科学院《中国企业社会责任报告指南（CASS-CSR4.0）》以及联合国可持续发展目标(SDGs)等国际主流信息披露指引与倡议，同时结合日化行业特性，力求充分响应利益相关方关切的ESG议题，突出企业特色。

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。

信息来源及数据说明

本报告数据及信息收集主要来自本公司内部相关数据收集系统、统计报告及公开资料。如无特殊说明，本报告所示金额均以人民币列示。

联系我们

公司在官方微信公众号“爱茉莉太平洋“设有”社会责任“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。

如您对本报告有任何反馈与意见，欢迎通过以下方式取得联系：

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

GRI指标索引

GRI指标序号	GRI指标	报告对应章节
GRI1: 基础		
GRI2: 一般披露		
机构概况及其报告实践		
2-1	组织概况	公司简介 关于本报告
2-2	组织可持续发展报告中所覆盖的实体	关于本报告
2-3	报告期、频率和联系方式	关于本报告
2-5	外部鉴证	温室气体核查报告
活动及工作者		
2-6	活动、价值链和其他商业关系	携手伙伴，共创“美”的未来
2-7	员工	多元共融，守护“美”的权益
管治		
2-9	管理架构和构成	ESG管治体系
2-12	最高管治机构在监督影响管理方面的作用	ESG管治体系
2-13	管理影响的责任授权	ESG管治体系
2-14	最高管治机构在可持续发展报告方面的作用	ESG管治体系
战略、政策和实践		
2-22	可持续发展战略的声明	爱茉莉太平洋总裁致辞
2-25	补救负面影响的程序	凝聚关怀，传递“美”的价值观
2-27	遵守法律和法规	合规经营ESG管治体系
2-28	协会的成员资格	产品研发，引领创新之美
利益相关方参与		
2-29	利益相关者参与方针	ESG管治体系
GRI 201 经济绩效		
201-1	直接产生和分配的经济价值	公司简介
201-2	气候变化带来的财务影响以及其他风险和机遇	应对气候变化
GRI 202 市场表现		
202-2	本地雇佣高级管理者的比例	多元共融，守护“美”的权益

GRI指标序号	GRI指标	报告对应章节
GRI 204 采购实践		
3-3	实质性议题管理	携手伙伴，共创“美”的未来
204-1 GRI 205 反腐败	向当地供应商采购支出的比例	携手伙伴，共创“美”的未来
3-3	实质性议题管理	合规经营
205-1	已进行腐败风险评估的运营点	合规经营
205-2	反腐败政策和程序的传达及培训	合规经营
205-3 GRI 206 不当竞争行为	经确认的腐败事件和采取的行动	合规经营
3-3	实质性议题管理	合规经营
206-1 GRI 301 物料	针对不当竞争行为、反托拉斯和反垄断实践的法律诉讼	合规经营
3-3	实质性议题管理	可持续原料，守护自然之美
301-1	所用物料的重量或体积	绿色生产，美丽护生态
301-2	所使用的回收再利用的物料	应对气候变化
301-3 GRI 302 能源	回收产品及其包装材料	应对气候变化
3-3	实质性议题管理	应对气候变化 绿色生产，美丽护生态 绿色运营，美丽日行善
302-1	组织内部的能源消耗量	应对气候变化 绿色运营，美丽日行善
302-3 GRI 303 水资源与污水	能源强度	应对气候变化
3-3	实质性议题管理	绿色运营，美丽日行善 绿色生产，美丽护生态
303-2	管理与排水相关的影响	绿色生产，美丽护生态
303-4	排水	应对气候变化
303-5 GRI 304 生物多样性	耗水	应对气候变化
3-3 GRI 305 排放	实质性议题管理	多样生态，美丽无残忍
3-3	实质性议题管理	应对气候变化 绿色生产，美丽护生态

GRI指标序号	GRI指标	报告对应章节
305-1	直接（范畴 1）温室气体排放	应对气候变化
305-2	能源间接（范畴 2）温室气体排放	应对气候变化
305-4	温室气体排放强度	应对气候变化
305-7 GRI 306 废弃物	氮氧化物（NOX）、硫氧化物（SOX）和其他重大气体排放	应对气候变化
3-3	实质性议题管理	绿色生产，美丽护生态 绿色运营，美丽日行善
306-1	废弃物的产生及废弃物相关重大影响	绿色生产，美丽护生态
306-2	废弃物相关重大影响的管理	绿色生产，美丽护生态
306-3 GRI 308 供应商环境评估	产生的废弃物	应对气候变化
3-3	实质性议题管理	携手伙伴，共创“美”的未来
308-1	使用环境标准筛选的新供应商	携手伙伴，共创“美”的未来
308-2 GRI 401 雇佣	供应链对环境的负面影响以及采取的行动	携手伙伴，共创“美”的未来
3-3	实质性议题管理	多元共融，守护“美”的权益 凝聚关怀，传递“美”的价值观
401-2	提供给全职员工（不包括临时或兼职员工）的福利	凝聚关怀，传递“美”的价值观
401-3 GRI 403 职业健康与安全	育婴假	凝聚关怀，传递“美”的价值观
3-3	实质性议题管理	员工安全，奠定“美”的基石
403-1	职业健康安全管理体系	员工安全，奠定“美”的基石
403-2	危害识别、风险评估和事件调查	员工安全，奠定“美”的基石
403-3	职业健康服务	员工安全，奠定“美”的基石
403-5	工作者职业健康安全培训	员工安全，奠定“美”的基石
403-6	促进工作者健康	凝聚关怀，传递“美”的价值观
403-8	职业健康安全管理体系适用的工作者	员工安全，奠定“美”的基石
403-9	工伤	员工安全，奠定“美”的基石
403-10 GRI 404 培训与教育	工作相关的健康问题	员工安全，奠定“美”的基石
3-3	实质性议题管理	职业发展，激发“美”的潜力
404-1	每名员工每年接受培训的平均小时数	职业发展，激发“美”的潜力

GRI指标序号	GRI指标	报告对应章节
404-2	员工技能提升方案和过渡协助方案	职业发展, 激发“美”的潜力
404-3	定期接受绩效和职业发展考核的员工百分比	职业发展, 激发“美”的潜力
GRI 405 多元化与平等机会		
3-3	实质性议题管理	多元共融, 守护“美”的权益
405-1	管治机构与员工的多元化	多元共融, 守护“美”的权益
GRI 406 反歧视		
3-3	实质性议题管理	多元共融, 守护“美”的权益
406-1	歧视事件及采取的纠正行动	多元共融, 守护“美”的权益
GRI 408 童工		
3-3	实质性议题管理	多元共融, 守护“美”的权益
408-1	具有重大童工事件风险的运营点和供应商	多元共融, 守护“美”的权益
GRI 409 强迫或强制劳动		
3-3	实质性议题管理	多元共融, 守护“美”的权益
409-1	具有强迫或强制劳动事件重大风险的运营点和供应商	多元共融, 守护“美”的权益
GRI 414 供应商社会评估		
3-3	实质性议题管理	携手伙伴, 共创“美”的未来
414-1	使用社会标准筛选的新供应商	携手伙伴, 共创“美”的未来
414-2	供应链对社会的负面影响以及采取的行动	携手伙伴, 共创“美”的未来
GRI 416 客户健康与安全		
3-3	实质性议题管理	关注健康, 提升“美”的安全感
416-1	对产品和服务类别的健康与安全影响的评估	关注健康, 提升“美”的安全感
416-2	涉及产品和服务的健康与安全影响的违规事件	关注健康, 提升“美”的安全感
GRI 417 营销与标识		
3-3	实质性议题管理	关注健康, 提升“美”的安全感
417-1	对产品和服务信息与标识的要求	关注健康, 提升“美”的安全感
417-2	涉及产品和服务信息与标识的违规事件	关注健康, 提升“美”的安全感
417-3	涉及市场营销的违规事件	关注健康, 提升“美”的安全感
GRI 418 客户隐私		
3-3	实质性议题管理	合规经营
418-1	与侵犯客户隐私和丢失客户资料有关的经证实的投诉	合规经营

温室气体核查报告

ZERTIFIKAT ◆ CERTIFICATE ◆ 認証證書 ◆ CERTIFICADO ◆ CERTIFICAT



VERIFICATION STATEMENT GREENHOUSE GAS

The GHG inventory prepared by
AMORE COSMETICS (SHANGHAI) CO., LTD
No.788 South Boxue Road, Malu Town, Jiading District
Shanghai, P. R. China
covering all activities and facilities in which the organization
exercises operational control

**was verified in accordance with ISO 14064-03:2019 and with regard to
compliance with the requirements of GHG Protocol Corporate
Accounting and Reporting Standard.**

Total GHG Emissions: 1,610 tonnes CO_{2e}

- **Scope 1 (Category 1 direct emissions):** **1,610 tonnes CO_{2e}**
 - Direct emissions from stationary combustion 996 tonnes CO_{2e}
 - Direct emissions from mobile combustion 14 tonnes CO_{2e}
 - Direct fugitive emissions from the release of GHG in anthropogenic systems 600 tonnes CO_{2e}
- **Scope 2 (Category 2 indirect emissions from imported energy):** **0 tonnes CO_{2e}**

Covered Period: 2021-01-01 to 2021-12-31
Level of Assurance: Limited
Materiality threshold: 5% of the total GHG emissions
Verification Report No.: 0302220501

Shanghai, 2022-05-24


 ZHANG Cuiyun

Page 1 of 2
TÜV SÜD Certification and Testing (China) Co., Ltd.

特别感谢

报告书制作团队

爱茉莉太平洋中国公关部

报告书支援

爱茉莉太平洋可持续经营部（集团）

内容资料提供及审核

黄永懋、李炳坤、孙连皓、JEONGHWA OH（集团）、邹伊梦、刘斯思、张颖、冯晓路、张珩、郑婷婷、江雪、傅璐敏、MYUNGHWA LEE（集团）、Seonjin HA（集团）、Yuna HWANG（集团）、曹肯铉、金大勋、张艳珺、刘冬梅、朴俊浩、陈强、陶蓉蓉、蔡秉权、王俊、李乐、刘琼、吕溪、王莉萍、陆凌霄、金在炫、蔡文虎、林森、全明珍、宋欢欢、李闰夏、杨婷婷、姜敬和、王洁、张弼弘、顾佳、米明明、黄晓雨、谢俊、梅逸平、钱丹妮、崔红花、张建翹、郑金镐、朱凌燕、汤誉、蒋琦、徐佳辰、尹炯镐、文婧丽、金志守、朱世超、申铉书、太梅花、顾明、任苹、秦艳、赵姗姗、金靖杰、康欣淳、李東勳、李楠楠、赵霞、徐蔚、方珏、叶青、张轶雯、王思雨、朴茶惠、何佳音、徐宁、李承昱、郭馨怡、孟芸、余雨、张琳、唐婕