

AMOREPACIFIC

A MORE  
BEAUTIFUL  
WORLD

创造一个更美丽的世界

AMOREPACIFIC

2022

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

創造

↑

更

美

明

的

世

界

# 爱茉莉太平洋中国 可持续发展报告

We Make A MORE Beautiful World

2022

## 目录

爱茉莉太平洋董事长致辞

爱茉莉太平洋中国总裁致辞

我们的品牌介绍

我们的可持续发展故事

09	愿景 (Vision)
10	爱茉莉太平洋使命及原则 (ABC Spirit)
10	可持续发展目标SDGs
11	2030可持续发展五大承诺
12	我们的可持续发展进程

## Chapter 1

专题：创新驱动，我们全生命周期的守护

16	研发创新，解码多元之美
21	自然精粹，延续可持续之美
24	安心无忧，呵护健康之美

## Chapter 2

专题：数字时代，赋能美的新矩阵

30	运营无边界，与数字共美
32	服务无边界，为体验添美

## Chapter 3

生态共情，与自然和谐共生

38	美丽地球，我们的气候行动
41	绿色生产，“塑”说可持续
47	尊重自然，聚焦生物多样性

## Chapter 4

社会共情，绽放向善价值

50	倡导健康之美
52	赋能女性之美
54	守护传承之美
56	共建家园之美

## Chapter 5

员工共情，拥抱多元共融

60	多元共融，保持“美”的平衡感
63	凝心聚力，提升“美”的价值感
66	员工健康，保障“美”的安全感
68	职业发展，激发“美”的专业感

## Chapter 6

伙伴共情，迈向责任共美

72	强化供应管理
74	履行绿色采购
76	促进行业发展

## Chapter 7

可持续发展管治

80	诚信透明，共促有序经营
84	ESG管治体系

## 附录

88	关于本报告
89	GRI指标
93	温室气体核查报告
94	特别感谢

# 爱茉莉太平洋董事长致辞

尊敬的利益相关方伙伴们：

爱茉莉太平洋集团自1945年创立以来，秉持“让人变得美丽，让世界变得美丽”的使命，引领了韩国的美容产业。凭借其对美的独一无二的真诚和理念，深受全球顾客的广泛喜爱，创造并发展了全世界K-beauty的趋势。

从1993年涵盖品质、服务、环境的“无限责任主义”宣言开始，到最近的“2030可持续经营五大承诺 A MORE Beautiful Promise”，我们长时间在可持续经营上的努力，源于长期以来一直支持爱茉莉太平洋集团的顾客和对世界的责任感。面对因流行病的影响而急剧变化的世界，去年我们致力于促进顾客的价值消费文化、引领业界应对气候危机及资源循环、传播多样性和包容性价值。

爱茉莉太平洋集团目前面临着另一个挑战。我们将研究并推出面向未来的“New Beauty”，让包括顾客在内的世界上所有存在都能尽情发现并实现“属于自己的美”。在这一过程中，我们将密切关注企业活动的环境和社会影响，加快履行“2030可持续经营五大承诺”，以此积极支持联合国全球契约（UN Global Compact）十大原则和联合国2030可持续发展目标（UN SDGs）的实现。

有句俗语说，要走得快，就一个人走；要走得远，就一起走。秉持“以美丽和健康为人类做出贡献”的创业精神，爱茉莉太平洋集团的全体员工都将带着明确的目标意识为世界带来利益。即使有时会出现错误，我们也会与企业生态界携手合作，寻找创造更美好世界的最佳方法。请大家多多关注和支持。

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：

爱茉莉太平洋自1992年进入中国市场以来，已在此深耕30余年。公司秉持爱茉莉太平洋集团愿景“Live Your New Beauty”的愿景，将可持续发展努力融入产品创新、数字化转型及与各利益相关方共情三个方面，致力于让所有群体找到属于自己的美丽，以回馈顾客和其他利益相关方对公司的信赖与期待。

过去两年，受疫情影响，口罩已成为日常生活的一部分；从儿童至老年群体，应对肌肤刺激相关的皮肤护理需求亦越来越广泛。随着人们对美丽的追求不断提高，为准确把握并回应顾客不断变化的需求，公司爱茉莉太平洋坚持“以顾客为中心”的原则，与客户保持线上线下的密切联系，持续推动各品牌研发与创新，以更具功效价值、更温和无刺激的产品和个性化的解决方案，帮助中国消费者获得属于自己的“美”。此外，公司我们积极推进全链路的数字化战略，除发展电子商务外，亦开发数字化工具助力线上与线下服务结合，加强对公司内部和消费者信息安全的管理，加速企业数字化变革。

作为有责任感的企业公民，面对气候变化、环境污染、资源紧缺等全球性复杂挑战，公司持续探索如何提升自身及各利益相关方的可持续发展价值。公司践行集团发布的“2030可持续五大承诺”，在日常的经营中落实有关碳中和、减塑、可持续产品和消费的承诺，坚定助力中国“力争2030年前实现碳达峰，2060年前实现碳中和”的“双碳”目标。

面对人口老龄化、贫富差距加大等关键社会挑战，公司积极响应国家助力乡村振兴、共同富裕等需求，持续为女性赋能，在践行企业社会责任的道路上砥砺前行。在社会压力不断增大的当下，我们倡导健康与可持续的日常生活方式，关注大学生群体的心理健康和女性生理健康，不断提高人们健康福祉。爱茉莉太平洋亦结合中国实际情况，守护自然生态和中华传统文化，同时积极承担社会责任，助力灾害应对。

在可持续运营的基础之上，我们坚持打造可持续的价值链，携手消费者、供应商、员工、及其他重要利益相关方，共同为社会创造可持续的价值。为实现这一目标，我们将多元性和包容性作为企业文化的一部分，竭力保障公司的工作环境能够让不同背景的员工时刻充满活力。公司优化职级体系、努力保证员工的福利与健康安全，以最大程度吸引并保留人才。长期以来，爱茉莉太平洋多策并举，与各类型供应商密切沟通、通力协作，以铸就美丽世界的概念与合作伙伴建立互惠互利的长久关系。

展望未来，我们将始终坚持“以顾客为中心”的理念，持续提高产品研发能力，以准确回应顾客的需求，实现与中国消费者在可持续消费理念、产品与体验方面的共振。我们亦将不辜负消费者和社会的信任，不断加大社会公益投入，踏实走好可持续发展的每一步。铸就美丽世界，是爱茉莉太平洋的使命，也是公司一直以来的坚持。未来，我们也将坚持与顾客、社会同行，一同走向更美的未来。

爱茉莉太平洋中国总裁  
黄永懋



# 我们的品牌介绍

Sulwhasoo

LANEIGE

innisfree

呂  
RYO

Mamonde

primera

mise  
scène  
미장센



## Sulwhasoo

雪花秀品牌作为人参美肤领域专家，不断精进人参美肤的工艺与效能，品牌对核心成分“人参”的探索与专知，展现了雪花秀品牌“开创艺术先锋，传承无界之美”的全新品牌理念，以艺术的高度进一步诠释雪花秀产品与品牌不可替代的世界观。传奇人参，因科技而新生。

[www.sulwhasoo.com](http://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](http://www.laneige.com.cn)

## 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纯净美妆品牌，自2000年创立以来，始终坚持绿色环保的真善之美。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](http://www.innisfree.cn)



## RYO

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研究所的尖端科技，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](http://www.ryohair.com.cn)



## Mamonde

梦妆30多年来不断致力于研究植物与肌肤间的关联，通过结合纯净美妆理念与有效成分，推出温和且高效的产品。梦妆也同样致力于为肌肤健康、自然环境、社会文化带来积极影响。

[www.mamonde.com](http://www.mamonde.com)



## primera

primera美莉美娜进行36年天然植物精萃的研究，以自然、纯净为理念，从植物原料、萃取、配比、包装，精进有益于肌肤的配方及技术，致力于呵护健康年轻肌肤最佳（prime）的时光（era）。

[www.primera-beauty.cn](http://www.primera-beauty.cn)



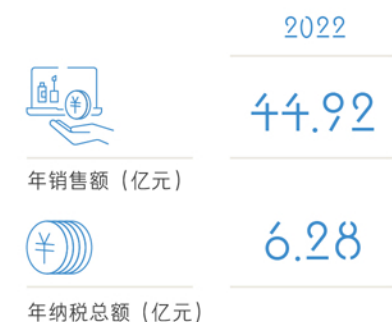
## mise scene 미장센

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](https://weibo.com/u/6599486917)

# 我们的可持续发展故事

爱茉莉太平洋相信“美”拥有改变世界的力量。自1945年成立以来，集团基于对顾客、社会和自然的深刻共鸣，在铸就美丽世界的道路上不断前行，帮助更多人解锁属于自己的“NEW BEAUTY”，努力构建一个与顾客、社会同行，与自然和谐共生的可持续发展生态圈。



## 愿景 (Vision)

### Live Your New Beauty

爱茉莉太平洋自创立以来，始终洞察顾客与世界的变化，并提出能够在不同时代激发灵感的New Beauty。集团对当今时代精神的理解是“做自己”，因此开发并推出New Beauty业务，致力于让所有顾客通过New Beauty找到属于自己的美。为使“美”具象化，集团实施三大战略，将美的产品与服务覆盖范围扩大到日常生活，通过数字化与世界紧密相连，基于对企业所有生态系统的强烈共鸣之上，让顾客享受健康幸福的生活。

### 集团三大战略

日常生活 (Life) 的New Beauty  
将业务范围重新定义并覆盖到顾客生命周期

数字化 (Digital) 的New Beauty  
运用数字技术与全世界顾客紧密相连

共鸣 (Empathy) 的New Beauty  
基于对顾客、社会与大自然的共鸣之上

# 爱茉莉太平洋 使命及原则 (ABC Spirit)

爱茉莉太平洋致力于做美的创造者，为所有人打造属于自己的美并使其绽放；通过践行五大原则，帮助所有人尽情表现自己，与世界和谐相连，携手走向更美好的未来。

## 爱茉莉太平洋使命

铸就美丽世界 We Make A MORE Beautiful World

## 爱茉莉太平洋原则

ABC Spirit



顾客至上  
Customers first



力争第一  
Be the first and the best



开放合作  
Collaborate with an open mind



尊重差异  
Respect differences



正直行事  
Act with integrity

# 可持续发展目标 SDGs

联合国可持续发展目标 (SDGs) 是实现所有人更美好和更可持续未来的蓝图，亦是爱茉莉太平洋集团不懈追求的目标。作为有影响力的企业，集团结合行业特性和自身优势，围绕创新研发、数字转型、绿色环保、生态共建等方面，制定与SDGs紧密挂钩的2030可持续发展五大承诺。公司积极参与并推动集团目标的实现，将集团承诺落地中国，以切实行动帮助所有顾客通过New Beauty找到属于自己的美，全力以赴创造一个更美丽的世界。

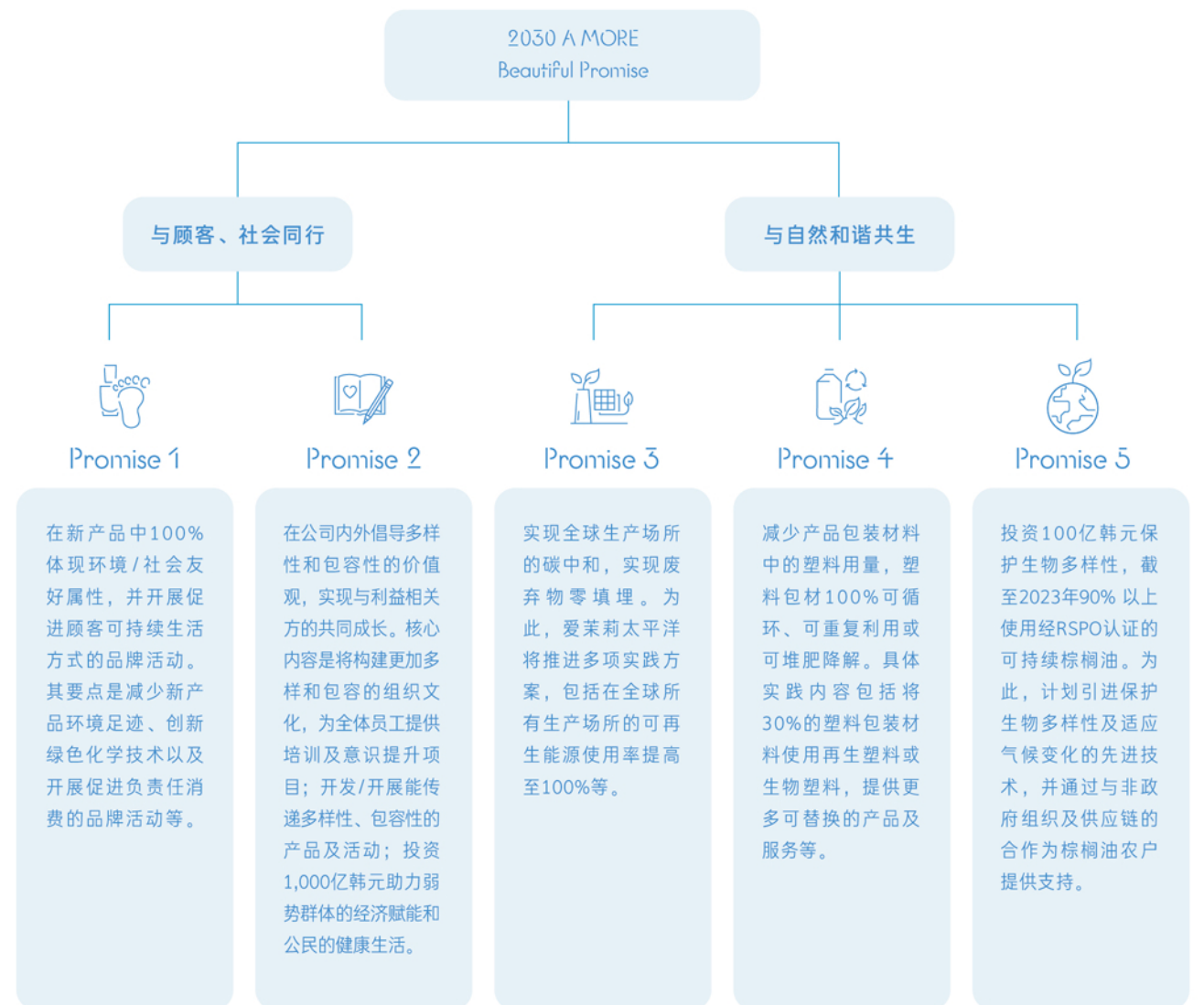
## 支持联合国可持续发展目标



# 2030 可持续发展 五大承诺

为实现“铸就美丽世界”的使命，集团结合自身可持续发展实践经验，聚焦“与顾客、社会同行”和“与自然和谐共生”两大目标，发起2030可持续发展五大承诺(2030 A MORE Beautiful Promise)，并围绕两大目标与五大承诺，持续开展主题品牌活动，倡导可持续消费理念，与各利益相关方携手推动可持续进程。

## 2030可持续发展五大承诺



## 我们的 可持续发展进程

### 2022可持续发展亮点概览

#### 创新

- 集团凭借顾客定制型技术“Mind-linked Bathbot”和“Myskin Recovery Platform”在全球最大规模的消费类电子产品和技术展览会CES 2022 (Consumer Electronics Show 2022) 上荣获创新奖，是集团连续第三年获得该奖项
- 研发总投入达3,003万元

#### 数字化

- 携手阿里云开发多维度可视化的数字化平台Dashboard
- 顾客投诉3日解决率88.49%
- 顾客满意度99.46%

#### 环境

- 集团成为首个加入“科学碳目标倡议 (SBTi)”的韩国企业
- 集团加入EcoBeauty Score联盟，持续加强环境信息透明度
- 爱茉莉 (上海) 美丽妆园生产场所实现“碳中和”
- 使用环保购物袋为产品价值链减少约6吨的塑料使用

#### 社会

- 所有员工均接受定期绩效考核与职业发展评估
- 2022年安全生产投入170万元
- 2022新晋供应商已接受环境及社会准入评估率100%
- 参与政府主导的全国重点组织协会15个
- 2022年社会公益投入425.7万元

#### 治理

- 2022年合同审核率100%
- 公司范围开展的反贪腐相关监察总数16次
- 建立并执行《信息安全方针》，守护公司及各利益相关方的数据及隐私安全
- 信息安全意识培训参与员工453人

## 2022 可持续发展荣誉

- 首届“绿动未来”主题论坛暨年度奖项评选“绿色创新案例奖”
- 第十四届中国企业社会责任年会“2022年度责任治理奖”
- 2022 CSR ESG领军者评选国际合作高峰论坛“公司治理卓越成就奖”
- 第十二届中国公益节“2022年度可持续发展典范企业”
- 进博局评选“中国国际进口博览会五周年合作共赢奖”
- 2022社会责任 (CSR) 模范企业“优秀奖”
- 嘉定区红十字会颁发“人道救助 爱心关怀”奖
- 嘉定区政府评选“嘉定2022综合实力百强企业”
- 嘉定区政府评选“嘉定2022现代服务业50强企业”



2022公司治理卓越成就奖 & 2022年度责任治理奖



# Chapter 1

## 专题：创新驱动 我们全生命周期的守护

多年来，爱茉莉太平洋中国致力于为社会的可持续发展做出贡献，  
丰富全球消费者的可持续生活方式。  
公司深入洞察市场趋势并理解消费者需求，  
通过不断对顾客的产品使用生命周期进行研究，  
开发令消费者满意的可持续品牌与产品。  
此外，我们在全球范围内积极参与行业研讨，  
与同行和研究机构深入交流，  
在思维碰撞中发掘创新亮点，推动行业可持续发展。

# 研发创新， 解码多元之美

爱茉莉太平洋集团于1954年在韩国成立首家化妆品研究室，如今研发足迹已遍布全球。中国一直是爱茉莉太平洋集团重要的海外市场之一；作为重要研发基地之一的中国研究所持续为中国消费者提供融合前沿研究成果的高价值产品。未来，公司将继续深化本土核心技术研发，形成以中国消费者为导向的调研与研发体系，进一步开拓“本土创新”之路。

	2020	2021	2022
 公司研发总投入 (万元)	3,000	3,340	3,003
 公司科技工作人员数量 (人)	53	60	53

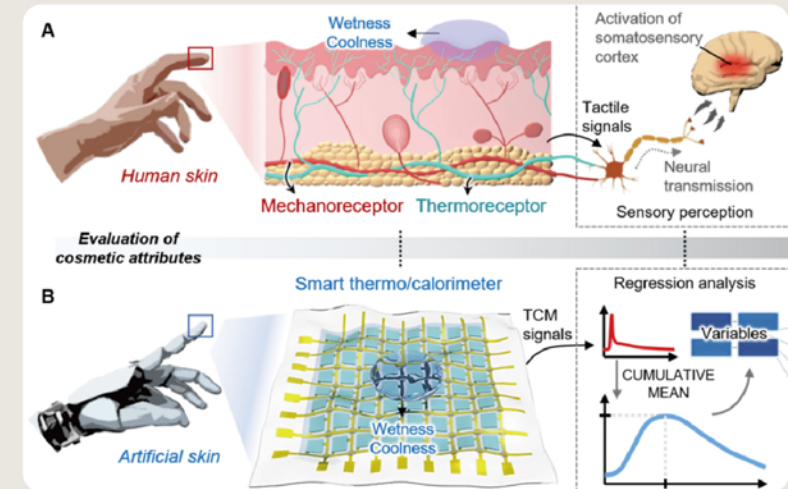
## 数字化研发

随着数字经济的发展，数字化的研发创新与管理在爱茉莉太平洋的成长路径上逐渐清晰。集团努力将科技元素融入产品创新过程中，将数字化转型从研发端推进至消费者实际应用层，解码新的“多元之美”，为消费者营造“美妆科技”新体验。

基于全球化的品牌与消费者研究，集团不断丰富研发端的数字化应用场景。公司亦积极响应集团数字化战略，将数字化研发看作业务核心之一。自2021年引入E-labnote系统，公司通过数字化手段完成配方设计、安全性测试等环节，打通数字化的研发流程，提升研发协同性，保证产品研发与设计的可追溯性、系统性和经济性，缓释潜在问题，聚焦创新可能。

## 案例：爱茉莉太平洋全球率先成功研发皮肤感觉测量触觉传感器

集团长久以来致力于人类主观感觉数值化、量化的研究工作。2022年1月，集团与拥有皮肤模拟传感器技术的蔚山科学技术院 (UNIST) Ko Hyun hyub教授研究团队合作，成功研发可测量皮肤感觉的智能型触觉传感器。该传感器是一种结合了机器学习 (machine learning) 的测量技术，投入使用后能够识别人体皮肤感受到的凉爽、水润程度以及溶液的类型，并将其转换为数字化数据，从而提供客观的实证结果，丰富基础研究创新。



爱茉莉太平洋以消费者的需求为起点，致力将数字化具象到产品应用层，使消费者能够触及更具科技感的美妆体验。

## 案例：顾客定制型技术入浴剂个人定制服务 (Mind-linked Bathbot) 荣获CES 2022创新奖

入浴剂个人定制服务是依靠人工智能 (AI) 的一款顾客定制型智能制造方案。以脑电波的情绪分析为基础，消费者在受到色彩和香气的外在刺激后，搭载8个传感器的头戴式设备即可捕捉并获取个性化数据，再由机器人分析并定制出最适合消费者、含有特定香气和颜色的入浴剂。此项服务已于第五届中国国际进口博览会 (下文称“进博会”) 成功亮相，未来公司将继续竭力为中国消费者提供更具科技属性的优质产品。



案例：化妆黑科技——功能性化妆水即时定制仪  
“Formularity”于第五届进博会展出

Formularity是一款家用美容仪器，可将具有针对性功效的安瓿精华混合在液体化妆品基料中，实时制造功能性化妆水。该仪器首次引入了调温技术，能加热或冷却化妆水至理想的皮肤温度，同时设备最多可安装三个不同的皮肤安瓿精华，能够为脸部各个部位提供定制型护理。与其他设备不同，该仪器还可插入化妆棉，充分吸收已在仪器内部被完全稀释的化妆水，避免因使用不当造成的产品污染。Formularity在进博会的展出，为消费者带来充满想象力的黑科技体验。



洞察消费者需求，开发优质产品

我们坚持以中国市场趋势、中国消费者需求为出发点，自主开发更适合中国消费者的战略新产品。通过大数据挖掘、消费者问卷调查、产品盲测、临床测试等方式，寻找中国化妆品市场趋势，研究符合中国消费者需求的专用技术内容，并将其融入产品的全生命周期。

2022年7月，公司上海研究所新设技术内容沟通组，涵盖品牌沟通、顾客研究和临床研究等相关人员，致力畅通消费者沟通渠道，同时在合规范围内开发丰富且独特的内容。本报告期内，我们在中国区完成76个新产品的开发。

案例：吕——开展消费者调研，做头皮护理的专家

作为“头皮护理专家”，公司旗下品牌吕致力于针对消费者需求，不断产出优质洗护产品，为消费者提供更贴合需求的头皮护理方案。自2015年开始，吕持续开展顾客使用及态度（U&A）调研与主要产品偏好度验证调查，追踪中国洗护发市场消费者变化趋势，通过验证吕作为“头皮&防脱护理”品牌的竞争力及其主要产品的概念、设计等，为品牌制定中长期视角的市场驱动战略提供必要依据。

吕开展广泛的线上调研，覆盖上海、北京、成都等地的各年龄段女性超1,000人。在大量线上调研的基础上，针对吕和竞品的主要使用者开展焦点小组访谈，精准了解消费者头皮&防脱护理相关产品的需求和偏好。



案例：产品盲测，关注消费者真实感受

为方便消费者提供最真实的使用感受和对产品开发的建议，公司旗下品牌广泛开展产品盲测调研。报告期内，悦诗风吟针对其产品A白瓶（全称：悦诗风吟视黄醇修颜精华液），在美丽修行APP上开展产品盲测。活动过程中，产品盲测信息不仅在APP首页强势霸屏，还被以站内私信、社群推送等方式多渠道、多矩阵推送给消费者，活动曝光PV（page view）超过1,089万。通过盲测活动和后续的盲测揭秘文章，品牌在获取消费者体验感受的同时，多路径向消费者渗透盲测品牌信心，提高用户对品牌以及产品的全面认知。



案例：敏感肌测试，守护消费者使用安全

爱茉莉太平洋旗下品牌雪花秀，为减少产品受众中敏感肌用户的使用顾虑，品牌在报告期内对包括御时紧颜参养系列产品在内的旗下8款产品开展敏感肌测试，让消费者购买和使用安心。产品的敏感肌测试均在皮肤科医生指导下开展，敏感肌人群使用产品28天后，由皮肤科医生进行皮肤状态临床评估，结合被调研人员反馈，为雪花秀产品开发提供支持。

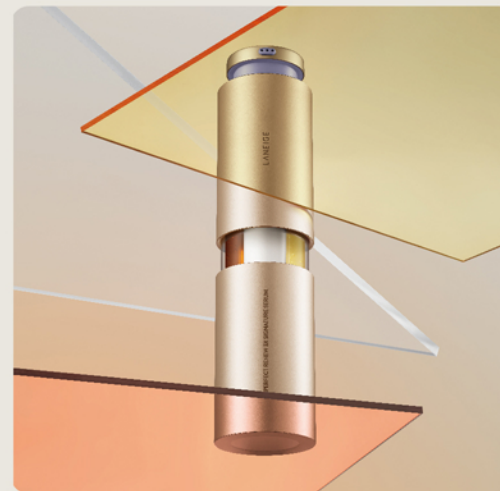


专利研发，优化消费者使用感受

爱茉莉太平洋始终潜心研发，希望通过对技术的改进，为消费者提供更优质的使用体验，提高消费者对品牌和产品的认可度。

案例：复诺因专利成分，帮助细胞“返老还童”

公司采用环保工艺Upcycling，从萃取山茶油后剩余的油粕中，分离精制出复诺因。复诺因与学界已知的百余种抗衰老成分相比，具有最好的PDK-1（一种皮肤“回春”关键因子）抑制功效，能够将衰老的人类真皮纤维芽细胞“返老还童”成为年轻细胞，有效实现抗衰老和皮肤再生。该成分为爱茉莉太平洋专利成分，被应用于兰芝致美紧颜焕采三重凝萃精华露。



案例：三次研磨色粉，致力用户的细致体验

根据调查，中国消费者在选择粉底液时注重养肤性，日常上妆时对“自然妆效”的喜好度最高。爱茉莉太平洋开发三次研磨色粉技术，通过对色粉的三次研磨，使得色粉粒径更小，能够更均匀分布于肌肤表面。该项技术被应用在梦妆轻雾丝绒粉底液中，结合对色粉的新型双重表面处理技术，使底妆轻薄服帖不卡粉，叠涂不厚，有效实现长效持妆，打造奶油肌妆效。



## 研发合作，助力行业发展

集团积极开展研发合作，乐于分享自身行业创新方案，结合其他企业、机构的新颖技术或产品，赋能企业研发之路。

### 案例：积极分享，促进技术发展

为有效改善皮肤老化问题，爱茉莉太平洋开展关于细胞衰老的研究。集团研究小组通过与韩国科学技术院KAIST生物及脑工程学系曹光铉教授的共同研究，发现了老化细胞可以重新回到年轻细胞的关键指标“PDK-1”因子。2023年2月，公司首席研究员于敏参加Innocosme 2023 第七届中国国际化妆品技术峰会-功能性护肤品专场，向与会人员介绍PDK-1调控逆转皮肤老化机制研究及皮肤抗衰全新解决方案。



### 案例：产学研一体化，探索技术创新

爱茉莉太平洋中国与北京工商大学之间的学术合作关系已有10余年。双方希望通过产学研优势互补推动实现本土化研发能力的进步，共同探索技术创新和产品研发突破。报告期内，公司与北京工商大学开展关于公司核心美白成分“Melasolv”相关美白机制基础研究，进一步明确其美白机制，并进行符合本土需求的原料开发。目前，这一具备强功效性的成分主要应用于爱茉莉太平洋旗下雪花秀、兰芝等品牌，以满足不同消费者群体的需求。



### 案例：兰芝美妆&生活研究所定期开展主题研讨会

兰芝美妆&生活研究所旨在进行针对现代人生活方式的研究，并提供相应的皮肤问题解决方案和愉快的美容体验。研究所将以大数据为基础，分析顾客不断变化的生活方式，研究生活方式和皮肤之间的关系，从而提供各种各样的解决方案并定期开展主题研讨活动。

2022年2月，兰芝美妆&生活研究所召开以“微分子玻尿酸：玻尿酸的新时代--关于皮肤屏障和修护的创新研究”为主题的国际学术研讨会，针对微分子玻尿酸这一创新性的修护保湿成分进行介绍。此外，研讨会上还发表了多项针对“生活方式可以影响皮肤屏障”这一观点的学术研究成果。

2022年12月，兰芝美妆&生活研究所举办以“抗老化”为主题的国际学术研讨会，针对关于皮肤老化的深入研究成果和优秀技术展开了讨论。其中爱茉莉太平洋上海研究所首席研究员熊智发表了“皮肤老化跟踪观察研究和生活方式导致老化加速的研究”主题演讲。



此外，公司积极参与国家行业团体标准制定，已陆续参与《化妆品安全评估 毒理学关注阈值法》《化妆品滋养功效评价方法》《化妆品敏感肌适用功效评价方法》等标准的制定，推动行业标准化发展。

我们强化与主要测试机构合作技术交流，截至报告期末，共引进新的评价技术共11个（包括下颚线、苹果肌、诱导性皱纹、毛鳞片损伤修护等），优化产品开发，提升产品功效，为消费者呈现更多样化、更优质的产品。

# 自然精粹， 延续可持续之美

随着可持续的生活方式逐渐深入人心，植物成分在护肤品中的应用正在全球掀起浪潮。据Natural Cosmetics Market Analysis Report By Product资料显示，全球天然化妆品市场预计将以5%的复合年增长率增长，到2025年将达到480.4亿美元。从全球天然化妆品市场发展来看，天然护肤是最大的细分市场。

爱茉莉太平洋秉承自然主义，尽最大努力减少产品所含的人为化学成分，延续可持续的美丽，激发肌肤的原动力与生命力。

## 可持续技术，优化产品生产过程

在自然化妆品的研发、生产周期中，植物成分的提取技术与方法极为重要。公司持续优化可持续技术以有效提取植物成分，保持提取物的活性并应用于产品中。

### 案例：采用DES提取方法，塑造健康活力美肌

智慧农场是信息技术与自然耕种的深度融合。爱茉莉太平洋打造智慧农场，采用水培种植的方式培育意大利甘蓝，同时采用DES (Deep Eutectic Solvent) 提取方法，成功制备可应用于化妆品的天然原料。目前，该技术应用于梦妆智萃肌活系列。

智萃肌活系列是梦妆首条Clean Beauty产品线，配方中天然成分含量超过90%。产品添加黑酵母、灵芝提取物等珍稀成分，利用原料可追溯的5种天然植物油替代人工合成香料，为消费者提供柔和愉悦的使用感。



案例：低能乳化，“碳”索节能“良方”

低能乳化是依靠原辅料自身内部化学完成乳化，不需要外加大量能量且反应条件温和的乳化技术。该技术相比高能乳化法，不仅节约生产耗能，还能够缩短冷却时间，从而提高乳化效率，已被广泛用于公司产品制备过程中，如吕品牌产品玻尿酸水光蓬松护发乳。

其中，D相乳化作为低能乳化工艺的一种，与一般乳化工艺相比，能够节约20%的耗能。爱茉莉太平洋开发济州微脂囊包裹技术，利用D相乳化工艺制备悦诗风吟视黄醇修颜精华液，高效递送活性成分，缓释A醇刺激。



可持续配方，赋予产品“纯净之美”

可持续的生活方式离不开对“自然之美”的追求。爱茉莉太平洋深刻理解消费者对成分的关注，在配方中包含较高比例天然成分。公司旗下产品的研发遵循配方可持续的理念，将植物原料与功效成分相结合，且不添加任何有争议的成分。报告期内，公司使用可再生原料占比22.7%，较去年提高9.2%；RSPO认证棕榈油占棕榈油总使用量的比例为34.66%。

2021-2022年爱茉莉太平洋中国原材料使用绩效

	2021	2022
 原料使用量 (吨)	5,956	5,392
 可再生原料 <sup>1</sup> 使用量 (吨)	803	1,222
 可再生原料使用占比 (%)	13.5%	22.7%

1.可再生原料包括甘油、氨基酸、表面活性剂

案例：Green Active™ Formula——高效、纯净的产品

植物成分的功效宣称不再是“镜中花、水中月”。“天然、安全”是植物成分优于科技成分的高光属性，被科学测试证实的“功效性”则让植物成分含金量有了质的飞跃。悦诗风吟深耕中国十余年，基于对自然植物成分多年的潜心研制以及对功效护肤市场发展趋势的洞察，设立“绿色创新研究院”（Green Innovation Lab），开展产品探索、创新和研发，持续进行包括原料、配方、包装等在内的全链路、差异化“功效性纯净美妆”研究。



案例：芙莉美娜植源焕润精华液

独特革新植萃配方，稳固屏障，强化肌肤防御力

芙莉美娜在改善传统护肤方式之上，为肌肤保持健康、美丽、持久的状态提出了基于肌肤屏障的改善方法。旗下产品植源焕润精华液包含植源透明质酸、黄芩根提取物、鱼腥草提取物、茵陈蒿提取物的四重植物精粹成分，能有效稳固皮肤屏障，强化肌肤防御力。产品成分天然，100%无合成色素和矿物油；5.5的弱酸性更接近肌肤pH值，温和不刺激，可使消费者安心护肤。根据消费者调研，96.7%的顾客表示产品对肌肤几乎无刺激性。



2.数据来源：2021.8.25-2021.9.1, Global Medical Research Center Co., Ltd. 针对31位23-45岁韩国女性，基于数据调查问卷的结果，实际使用效果因人而异。

案例：梦妆红小胖精华

采用天然材料，为肌肤构筑稳固屏障

梦妆红色焕活肌底修护精华露（红小胖精华）原料天然成分占比可达86.1%，其中包括法国有机农场栽培的黑麦中获得的植物胎盘成分。产品采用集团专研配方双效多酚，帮助肌肤提高抗氧化力，搭配益生菌精粹和双重益生元、腺苷、肌肽，有效平衡肌肤微生态，强韧肌肤屏障。除高天然成分含量外，红小胖精华不含7大风险成分，辅以集团独家促渗技术【ECOWEB】™，维护肌肤稳定健康，为肌肤赋弹性。



# 安心无忧， 呵护健康之美

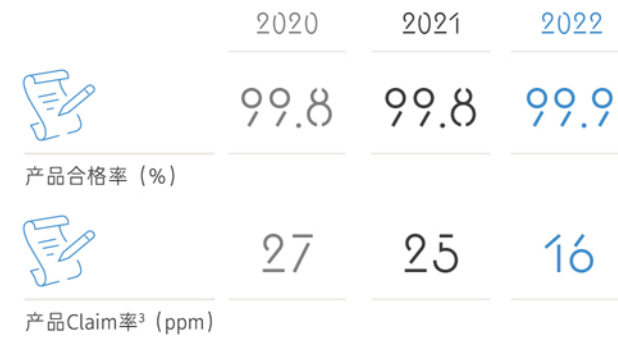
保证产品优质是爱茉莉太平洋中国可持续经营理念的基石。我们将产品品质保护贯穿产品全生命周期，涵盖产品研发与开发、生产、物流、销售至上市后改良的各个阶段。此外，公司根据国家药监局发布并于2022年1月开始实施的《化妆品功效宣称评价规范》和2022年5月开始实施的《化妆品标签管理办法》，构建战略许可支持及差异化沟通战略。集团与公司持续努力为消费者提供安心无忧的产品，呵护健康之美。

## 产品质量保证

公司严格遵守《化妆品生产质量管理规范》《化妆品生产质量管理规范检查要点及判定原则》等国家法律法规，在产品生命周期各环节制定并执行相应的质量管理制度，明确产品质量标准与管理流程。报告期内，公司新增《工艺验证操作规程》《标签管理制度》等内部规章，持续优化产品管理，确保产品工艺验证和产品宣称合规。其中，2022年，我们调整政策文件中“生产车间环境区域划分”方面的定义与表述，使其与国家《化妆品生产质量管理规范》保持一致。

## 产品全流程安全性及品质保证

阶段	对应制度	管控措施
原料、 内容物	《原料入库验收制度》 《原料检查标准制定方法》 《原料、内容物标准品管理规定》 《内容物审批流程》	·原料、内容物入库后，参考韩国总部的检查项目及检测方法对理化、微生物、安心品质等项目进行验证，合格后经质量管理体系(QMS)系统通过，由质量审计(QA)人员复核后投入使用
生产	《新产品标准确定流程》 《包装材料检查标准》 《包装材料验收制度》	·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
成品	《产品质量检验制度》 《成品检测标准》 《成品放行管理制度》 《安心品质运营基准》 《不合格品控制程序》	·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)》开展关于有否致病菌的检测项目； ·根据安心品质要求，对产品进行重金属、二噁烷、甲醛等有害物质安全性检测



公司将消费者权益视为重中之重，拥有严格的产品质量相关投诉管理体系，覆盖从投诉受理、分析投诉原因、处理投诉问题到复盘投诉事件等环节的投诉处理全流程，切实保证产品质量相关投诉能够得到及时合规的解决。报告期内，公司未发生因产品质量问题而导致的违规事件。

## 产品投诉及缺陷解决措施与制度

问题	对应制度	解决措施
产品 质量缺陷	《追溯控制程序》 《召回控制程序》	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 退换货	《爱茉莉太平洋 退换货管理制度》	如出现因产品质量原因退货，物流部门将该产品放归货品报废区进行无害化处理
化妆品 不良反应	《化妆品不良反应 监测制度》	如出现产品引发不良反应的情况，第一时间开展事件调查，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
产品 质量投诉	《产品质量投诉接收 与处理规定》	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

## 负责任营销与信息标识

爱茉莉太平洋中国践行负责任营销理念，为消费者提供完整、准确、易于理解的产品信息。公司积极响应《化妆品功效宣称评价规范》和《化妆品标签管理办法》，将新条例要求及时分享至各品牌，完善国产和进口化妆品标签合规的审核流程，增加相关部门对于新条例的审核工作，确保品牌充分了解并执行新条例要求。同时，部门间展开合作，及时完成已上市产品资料补充，提高注册备案效率，保证准时率以及准确率。报告期内，接受过公司内部信息标识合规审查的产品超800件。

## 公司信息标识相关审核流程

产品包装审核	广告审核
增加RMS包装管理系统，对产品包装设计稿进行集中管理。	通过敏感词审核系统进行广告文案的合规审核，由RA文案组进行最终合规审核并反馈修改意见。

国产产品：根据品牌提供的产品功效分类以及包装文案，RA (Regulatory Affairs) 文案组就宣称合规性以及功效实证的对应性进行审核，经过修改最终确定功效分类和包装文案。

进口产品：根据总部品牌/GRA (Global Regulatory Affairs) 提供的包装文案及初步的功效分类，进行文案审核，确认实证依据与追加实证的方向，经过修改，最终确定功效分类和包装文案。

案例：吕品牌借力多渠道，实践负责任营销

1973年，爱茉莉太平洋头皮科学研究室正式启用，多年来致力于研究头皮的健康信号，以头皮研究和天然材料研究为基础，不断研发优质洗护产品，为消费者提供准确、科学的头皮呵护知识与护理方案。

吕品牌基于爱茉莉太平洋头皮科学研究室多年来研究的成果，在微博、微信公众号和小红书等线上渠道与消费者保持紧密沟通，以三大模块为消费者揭秘头皮“肌秘”：

- 头皮答案之书：在微信公众号为消费者解锁更多头皮奢愈秘籍
- 改头换面：帮助消费者选择更准确的护发方案，微博每月发布用户使用体验视频
- 头号玩家：试用征集互动，抢鲜体验新品



案例：梦妆菁致视黄醇御龄皱纹密集修护霜建立耐受提醒

为避免因直接使用视黄醇而对肌肤屏障产生的破坏，梦妆通过各种渠道与消费者沟通，提醒并教育消费者正确建立视黄醇耐受。

除在电商、官网产品详情页明确提醒消费者建立耐受外，品牌美容顾问亦在线下百货渠道向消费者派发使用手册，并为顾客介绍正确的视黄醇产品使用方法；同时邀请公司研究员于敏为线上直播间的顾客科普如何正确建立耐受，确保所有消费者获得“美”的安全体验。

**美容小贴士**

抬头纹 / 川字纹      粗大毛孔  
鱼尾纹 / 眼下纹      法令纹

- 晚间护肤步骤中使用面霜后，取适量(0.1ml)涂抹在眼下纹、法令纹、眉间纹及颈部或者需改善毛孔部位，轻柔涂抹并使其吸收。
- 首次使用本产品时，前两周请隔天使用，从第三周开始可每天使用。

2周适应期 前两周，隔天1次，仅限晚上使用  
正常使用(从第三周)每天1-2次，白天需配合防晒使用  
避免与如下产品同时使用

- 磨砂去角质产品
- 含有各种酸类的产品
- 刺激肌肤的按摩仪器

梦妆菁致视黄醇御龄皱纹密集修护霜产品详情页使用科普

制造安全保证

公司位于上海的生产基地爱茉莉(上海)美丽妆园(下文称“美丽妆园”)已通过ISO 45001:2018职业健康安全体系认证、ISO 14001:2015环境管理体系认证及ISO 22716:2007化妆品良好生产规范认证。我们始终坚持做好生产车间环境保证,按周开展工厂车间环境监测,每周共享上周的环境检测结果,每月禀报审批上月的环境监控情况,每年邀请第三方环境检测公司对车间洁净区及准洁净区进行检测。

报告期内,根据新版《化妆品生产质量管理规范》《化妆品生产质量管理规范检查要点及判定原则》中对设备清洁消毒、内包材清洁消毒的要求,生产车间已完成生物废料灭菌验证、内包材微生物风险验证和槽罐使用有效期验证3项验证。

我们开设检测中心负责产品安全性审查,对各类产品在稳定性、相容性、安全性、功效试验等方面开展全面评估。其中检测中心的微生物实验室和分析实验室均已通过中国合格评定国家认可委员会(CNAS)认可的复评审,分析实验室还顺利通过重金属分析的能力范围扩大认可。2022年,CNAS实验室共完成18项能力验证,其中微生物实验室完成8项;分析实验室完成10项。实验室的安全性检测主要针对化妆品中禁用成分,如重金属、塑化剂、二噁烷、甲醇、防腐剂等;有效性检测主要针对化妆品中功效性成分和“Free”宣称成分,如防晒剂等。



爱茉莉化妆品(上海)有限公司  
ISO 14001:2015 环境管理体系认证



爱茉莉化妆品(上海)有限公司  
ISO 45001:2018 职业健康安全体系认证



ISO 22716:2007 化妆品良好生产规范认证



CNAS实验室认可证书

# Chapter 2

## 专题：数字时代 赋能美的新矩阵

数字时代，伴随全球智能化热潮，  
美妆企业正借力数字化转型，于众多方面实践数字化战略。  
爱茉莉太平洋中国以消费者需求为核心，  
聚焦数字变革，以期形成市场新业态，激发消费潜力，  
助推国家与企业经济增长。  
围绕产品数字化及运营数字化两大抓手，我们联合领域专家与合作伙伴，  
深化美妆市场数字应用，同时构建数字化高潜人才团队，  
打造面向消费者的数字化营销与服务平台。



# 运营无边界， 与数字共美

## 优化数字化团队架构

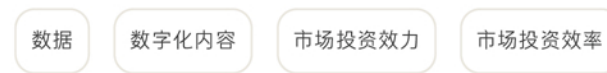
为加速品牌数字变革，公司在本报告期内进一步优化数字化团队架构。目前，Digital COE (Center of Excellence) Division, Digital Technology Division与Media Strategy三大团队一并纳入数字化组织体系，并与业务单元有机结合、互相合作，凭借数据挖掘与洞察，赋能企业决策与业务增长，提升营运效率，驱动“美”的数字转型。

### Digital COE Division组织架构及主要工作内容



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，以消费市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



### 爱茉莉太平洋中国品牌数字化转型优化与加速模型



## 打造Dashboard数字化平台

爱茉莉太平洋中国携手阿里云开发多维度可视化的数字化平台Dashboard，致力将各品牌及团队的数据有机结合，赋予数据可用、可信、可管的属性，洞悉美丽价值，赋能企业决策。截至本报告期末，该平台数据范围已包括雪花秀、兰芝、梦妆、悦诗风吟及吕，能够充分抓取及呈现电商平台和社交媒体全渠道的数据。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，公司能够更有效地提高消费洞察力，及时优化调整销售策略。

2022年，我们亦完成优化站内数据功能并添加了站外渠道数据监测功能。同时，Dashboard专注于开发能够支持品牌决策能力的工具，包含KOL Engine、GEO Engine等。

### Dashboard板块功能



# 服务无边界， 为体验添美

以顾客导向为服务理念，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，在为消费者呈现高品质产品和优质服务的同时，倡导消费者共同践行绿色生活理念。

## 用心服务，打造“美”的新体验

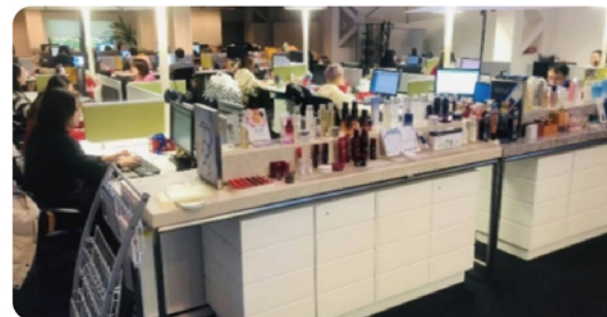
秉持“以顾客为中心”的客户服务宗旨，爱茉莉太平洋中国从顾客的实际需求出发，为其提供全流程、多渠道、深层次的专业服务，提升消费者的“线上至线下（O2O）”购物体验。

## 打造高效客服体系

为构建数字化、全渠道客户服务中心，我们设立了品牌客服热线、邮箱、微信公众号在线客服等多种渠道，并按需发送点对点服务信息。公司OCS+（Omni-channel Service Plus）模式的初心是努力扩大“美”的服务触达范围，并高效解决客户的疑惑与诉求。

2022年，公司的客服中心团队组建了新的机动支援小队，持续提升运营效率，有效缓解了各大品牌与平台高峰期的业务压力：

- 8名资深员工完成品牌/平台技能拓展，支援不同品牌/平台高峰期售后业务处理；
- 400团队成员完成电商技能拓展，支援电商业务高峰在线聊天与售后外呼任务；
- 2022年，小队共支援处理完成订单数800+，完成售后外呼量2500+；



## 案例：多元培训，打造专业的客服团队

为进一步提升公司在消费者投诉及求助处理上的整体高效性，客服中心在2022年共计开展119场培训，包含新人培训，业务培训，新品培训等；其中，项目培训师特别开展近20场线上培训，能够在关键时期为项目服务质量保驾护航。

此外，第二届爱茉莉太平洋客服中心知识竞赛于8月开展。本届竞赛着重产品知识板块，致力夯实员工关于电商平台所需的业务知识储备。



客服中心第二届知识竞赛-初试

2021-2022年，顾客服务中心接受产品与服务培训覆盖率均为100%。

## 聆听客户声音

品牌与消费者之间的沟通是优秀企业尤其是销售服务企业的重要组成部分。为及时了解消费者在消费过程中的体验，解决消费者遇到的问题，公司秉承并要求每名员工践行“源于客户需求，超越客户期望，达到客户满意”的理念。同时，为全面了解并收集消费者的需求与反馈，我们于多平台开展消费者服务，其中客服中心团队将收集到的顾客之声及时传递于各品牌，由品牌联合相关部门共同分析识别问题产生的原因，在制定出解决方案后做好客户回访工作，最后亦鼓励消费者对此类闭环式服务进行监督和打分。

## 案例：悦诗风吟抖音小店与微信商城客服上线

2022年，悦诗风吟微信商城在线聊天渠道接入OCS+并使用聊天机器人提供7\*24h不间断咨询服务，是集团首个在客服中心系统中配置聊天机器人的品牌

悦诗风吟亦新增线上电商渠道，品牌抖音小店于5月25日正式营业，客服中心团队为其提供店铺售前售后服务

## 案例：雪花秀外呼邀约与关怀

2022年1月13日至1月23日期间，为深入了解消费者期望和对品牌的建议，雪花秀客服人员面向高质量沉睡客户进行外呼邀约，邀请线上或线下临柜参与参加会员节活动，收集消费者对品牌产品的需求与期望。

疫情期间，客服人员通过外呼向消费者表达品牌关怀，并为上海与北京的VIP客户寄送关怀礼遇，传递品牌温暖。

## 关键绩效

	2021	2022
 顾客之声(VOC) (件)	204,554	337,167
 顾客投诉3日解决率 (%)	88.77	88.49
 顾客满意度 (%)	99.28	99.46

## 可持续消费，传递“美”的新追求

爱茉莉太平洋中国，从顾客角度出发，不断尝试环保理念与日常生活方式的深度融合，倡导追求“绿色自然”的可持续产品，致力将可持续发展的理念传递至更多消费者。我们推出趣味环保活动，多措并举以激发消费者参与热情，鼓励消费者可持续消费理念的“知行合一”。

### 案例：空瓶回收，为地球筑屏障

作为最具环保意识的品牌，悦诗风吟始终倡导追求纯净之美，强调在发展中与自然生态共存。品牌在全球范围内开展“空瓶回收”活动，同时在主要店铺布置空瓶回收形象空间，向消费者展示品牌绿色环保的理念、成果与创新。我们始终呼吁并引导消费者参与到变废为宝的循环之旅，让自然生命延续。自2012年品牌在中国引入“空瓶回收”项目以来，已累计回收约96万个空瓶。

960,000↑



品牌在中国引入项目以来，已累计回收约96万个空瓶



悦诗风吟店铺空瓶回收桶

除悦诗风吟外，公司旗下其他品牌亦将“爱地球”的环保心智镌刻在品牌DNA中。兰芝自2016年以来，不断修护生态环境，通过实际行动为地球稳筑一道健康的生态屏障，保障大自然的生态稳定。

为避免空瓶的错误处理对地球屏障的破坏，兰芝于2023年携手言安堂推出全新的空瓶回收公益活动，希冀以空瓶回收行动打通绿色循环通道，向消费者传递对可持续之“美”的新追求。品牌通过微信公众号、微博、小红书等多渠道触达消费者，引导消费者通过到兰芝专柜或下单寄送的方式，线上线下参与回收活动，以举手之劳守护地球。



### 案例：兰芝拥抱世间之美，与消费者共同守护生命之源

水是所有生命的起源，是美丽肌肤和活力生命的关键。过去十年间，兰芝一直在全球范围内参与传播珍惜水源的活动，通过对可持续水资源保护的持久承诺，保持水的活力，并拥抱多样化的世间之美。从产品规划阶段开始，兰芝努力提高产品的环保属性，截至报告期末，所有兰芝产品均已获得水足迹认证。同时，兰芝亦积极通过参加海洋清理项目实施可持续的水资源保护，目前，兰芝品牌的可持续环境发展和社会活动已覆盖36个国家和地区。未来，兰芝也将携手中国消费者，保护宝贵的水资源。



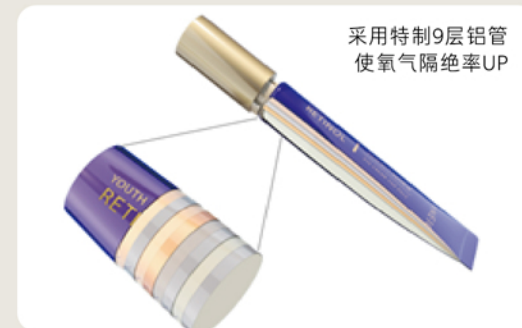
## 善用科普，述说“美”的新实践

提升消费者安全用妆意识是爱茉莉太平洋中国作为美妆企业应尽的责任。公司基于“安全用妆，美丽有法”理念，努力宣传化妆品正确的选购、使用和储存方式，述说“美”的新实践。

### 案例：兰芝眼霜使用方法科普

视黄醇是一种能够促进胶原蛋白合成，增加肌肤弹性的化妆品原料，但其高功效性也伴随着一定的肌肤刺激性。兰芝在研发其第一款视黄醇眼霜时，首要考虑的就是消费者的使用安全，确保产品可以适用于全脸。为与消费者建立有效的沟通与反馈机制，公司透过各种渠道向消费者完成使用方法的科普，包括手册派发、直播平台、电商及官网详情页提示说明等。科普内容包括：

- 特殊包装说明；
- 使用注意事项；
- 产品成分说明



采用特制9层铝管  
使氧气隔绝率UP

顾客亲自去除阻挡器，在产品最新鲜的状态下使用



兰芝致美青春视黄醇眼霜特殊包装说明

### 案例：紧跟潮流趋势，悦诗风吟抖音产品评测

公司旗下品牌悦诗风吟以产品评测、成分解读为核心内容，通过官方以及KOL(关键意见领袖)平台等方式分享专业评测，体现品牌产品可持续属性，持续提升品牌专业性形象。以抖音为例，悦诗风吟保留实验室风格短视频，优化内容节奏，结合当季肌肤问题并切入产品评测，直击消费者护肤痛点需求，为消费者提供可持续的产品解决方案。



悦诗风吟抖音产品评测

### 案例：优化产品标签，提供使用指引及风险提示

爱茉莉太平洋始终致力于产品标签能够为消费者提供具有价值的信息。针对具有一定刺激性的产品，雪花秀品牌在产品标签上为消费者提供细致的使用指引和使用风险提示，有效避免消费者因采用错误的使用方法可能引发的肌肤受损问题。



雪花秀御时紧颜参养眼霜产品及其中文标签

# Chapter 3

## 生态共情 与自然和谐共生

爱茉莉太平洋中国围绕“与自然和谐共生”的可持续发展理念，  
持续推进集团的可持续发展战略，  
积极开展适合中国市场的脱碳、减塑、保护生物多样性等可持续行动，  
利用行业特性和自身优势，致力于通过可持续经营，  
打造一个自然、人类与企业和谐共存的“更美丽的世界”（A More Beautiful World）。



# 美丽地球， 我们的气候行动

气候变化是一个全球议题，有可能对未来经济、社会和环境产生重大影响。爱茉莉太平洋深刻认识到参与解决气候变化问题的重要性，并承诺负责任地开展业务，以缓解气候变化潜在影响。集团已建立完善的、由董事会和管理层领导的气候变化相关风险管理体系，负责气候相关风险与机遇的识别及评估、目标设定及监督、行动方案制定及执行。

爱茉莉太平洋中国秉承集团精神，在经营与价值链各环节不断探索并推动气候相关管理措施，为实现集团承诺贡献中国力量。

## 识别气候风险与机遇

爱茉莉太平洋已制定集团层面的气候变化管理框架，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。风险管理系统以风险“预防”、“应对”和“避免重复发生”为着力点，通过对风险对应的内、外部影响和发生率两大维度的分析，识别并评估气候相关风险。同时，风险预警系统的建立，能够有效提示现有或潜在风险，从而及时做出应对。

### 2022年集团识别出的气候相关风险



## 承诺履行，脱碳先行

2021年，爱茉莉太平洋集团在全球发起“2030可持续发展五大承诺”，同时正式加入RE100倡议，承诺至2030实现100%通过可再生能源获取所需电力以及实现碳中和。

爱茉莉太平洋中国积极响应集团在应对气候变化、增强社会气候恢复力方面的战略号召。美丽妆园持续挖掘自身减排潜力，通过第三方碳核查，全面摸排排放现状并进一步制定年度减排方案与行动路径。2022年，公司多策并举，通过安装并使用光伏发电系统、优化供热系统余热回收装置等措施，减少生产环节与运营过程中的温室气体排放。

## CDP

爱茉莉太平洋集团2022年CDP气候变化问卷得分获得A等级，高于亚洲地区和化工行业的平均等级。

## RE100

爱茉莉太平洋是韩国化妆品行业首家加入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）。

## SBTi

爱茉莉太平洋成为首个加入“科学碳目标倡议（SBTi）”的韩国企业。



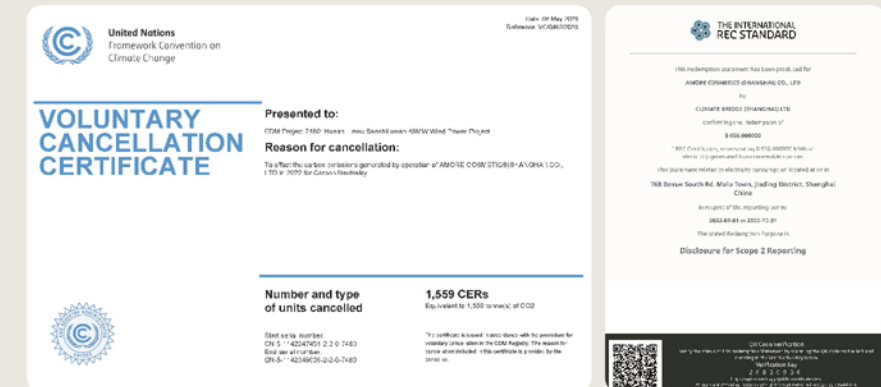
# RE100

### 案例：爱茉莉太平洋美丽妆园生产场所实现“碳中和”

2022年，公司设立工厂范围内的年度碳排放控制目标。美丽妆园持续推动工艺优化、设备节能改造等一系列绿色生产举措，取得显著减排成果。工厂于报告期内安装屋顶光伏发电总装机容量668千瓦，采用“自发自用”模式将太阳能电力并网使用，为公司的低碳转型注入清活动能。结合国际可再生能源证书（I-REC）采购，美丽妆园生产场所已成功实现生产环节的100%绿电使用。我们还设置智慧光伏大屏，直观体现光伏发电量及其环境减碳贡献。此外，购买核证减排量（CER），用于抵消包括天然气、燃油燃烧和冷媒逸散等途径产生的温室气体排放。报告期内，美丽妆园生产场所已实现碳中和。



美丽妆园生产场所



核证减排量抵消证书——美丽妆园生产场所已成功实现100%绿色电力使用

生产场所已成功实现100%绿色电力使用

案例：爱茉莉太平洋旗下多个品牌产品获碳足迹认证

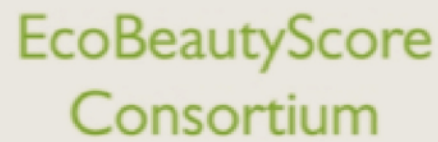
爱茉莉太平洋关注产品全生命周期的可持续性，产品碳足迹计算覆盖原材料采购、运输、产品生产、销售、使用和废弃物管理等环节。公司致力于生产环境友好型产品，减少产品碳足迹，努力做到对环境无负担。旗下“兰芝夜间修护睡眠面膜”、“雪花秀滋盈肌本润养水/乳”等多款产品已获得国际权威机构碳信托（Carbon Trust）颁发的碳足迹认证。



雪花秀滋盈肌本润养水/乳获产品碳足迹认证

案例：爱茉莉太平洋加入EcoBeauty Score联盟，持续加强环境信息透明度

2022年2月，爱茉莉太平洋加入EcoBeauty Score联盟，成为韩国首家加入该联盟的化妆品企业。该联盟旨在开发评估和测量化妆品对环境影响的评分系统，帮助顾客了解产品对环境的影响的信息，从而购买满意的产品。通过加入EcoBeauty Score联盟，集团深入挖掘产品减碳潜力，进一步开发和应用绿色技术以改善产品对环境的影响，为广大顾客提供值得信赖的产品环境信息。



为更好管理生产经营中产生的碳排放，除美丽妆园生产基地外，2022年，爱茉莉太平洋中国将公司研发中心、物流中心和中国区总部办公室的碳排放核查也纳入温室气体排放第三方核查范围中，通过明确各碳排放源及其排放量，对具体的排放源采取更具针对性的减排措施。

2022年爱茉莉太平洋中国温室气体排放绩效

温室气体排放	研发中心	物流中心	中国区总部办公室
范围一 (吨二氧化碳当量)	24.2	14.6	55.7
范围二 (吨二氧化碳当量)	126.5	591.6	211.2
排放总量 <sup>4</sup> (吨二氧化碳当量)	151	607	276

2020-2022年美丽妆园生产场所温室气体排放绩效

温室气体排放	2020年	2021年	2022年
范围一 (吨二氧化碳当量)	703	1,610	1,559
范围二 (吨二氧化碳当量)	6,620	0 <sup>5</sup>	0 <sup>5</sup>
排放总量 <sup>6</sup> (吨二氧化碳当量)	7,323	1,610	1,559
单位产值排放量 (吨二氧化碳当量/吨产品)	0.843	0.152	0.172 <sup>7</sup>

4.排放总量是范围一和范围二排放量的总和。  
5.自2021年起，公司通过I-REC采购实现生产场所范围二碳中和。  
6.排放总量是范围一和范围二排放量的总和。  
7.2022年，爱茉莉太平洋中国产品产值为9,071.6吨。

# 绿色生产， “塑”说可持续

爱茉莉太平洋中国高度重视环境保护，以绿色生产履行环境责任，将循环经济的3R (Reduce, Reuse, Recycle) 理念充分融入集团与公司的生产、包装、运输等产品全生命周期各环节，推动资源节约。

节能减排，拥抱绿色

为提升资源利用效率，缓解生产和运营过程中可能对生态系统造成的负面影响，公司严格遵守ISO 14001环境管理体系和ISO 50001能源管理体系标准，深入挖掘绿色潜力，竭力打造全价值链的绿色发展体系。美丽妆园已于2020年通过国家级绿色工厂认证，通过配备并使用全球标准的运营系统与环保型设备，有效提升了资源使用效率。



ISO 14001:2015环境管理体系认证证书

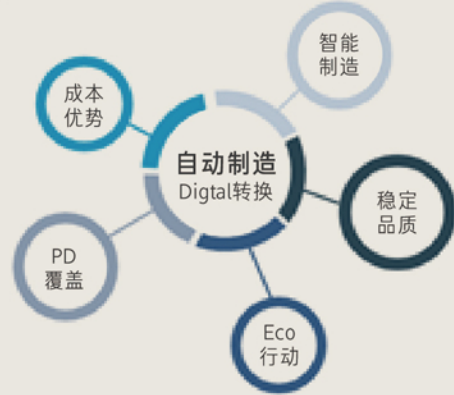


ISO 50001:2018能源管理体系认证证书

我们深知降低生产基地传统能源依赖度对可持续运营的重要性，高度重视节能减排管理，积极执行由集团统一制定的能源和碳减排年度目标，制定并落实《节能降耗管理规定》《废气管理规定》等相关制度。此外，公司采用信息化手段对能源资源使用实施精细化管控，通过建立并上线使用数字化能源管理系统平台，对主要用能区域和设备实现在线监测及实时用能数据上传。报告期内，公司亦通过优化生产工艺、应用无人生产等方式提高综合生产效率。

案例：数字驱动，赋能精准、高效生产

为响应集团数字化战略，爱茉莉太平洋中国积极开展数字化生产转型，提高生产制造过程中的自动化程度。生产中，通过罐体真空负压连接管道吸入原料的方式完成原料的自动化投入，开发可自循环功能切换的设备模型进行自动运行，实现全托管模式生产。原料投入、制造工艺全过程的标准化、智能化，精确量化了原料和能源的用量，减少生产过程中不必要的原料损耗和能耗，也保证了物料品质的稳定性。



案例：优化产品工艺，实现节能降耗

我们通过优化产品工艺流程，如合并加工步骤、改变投料顺序等方式有效降低生产耗能，实现资源节约。在旗下产品“梦妆轻盈净澈水感洁面油”的生产过程中，我们调整投料顺序，巧妙利用原料本身的常温来冷却物料，减少所需冷却时间。未来，我们计划将该方法推广用于其他加热、可溶化类产品。



2020-2022年爱茉莉太平洋中国资源耗用绩效<sup>8</sup>

能源耗用	2020年	2021年	2022年
天然气 (立方米)	355,355	454,969	421,932
汽油 (升)	-	5,893	4,063
光伏发电 (兆瓦时) <sup>9</sup>	-	62.2	257.7
生产用电总量 (兆瓦时)	8,854	10,304	8,056
全年能源消耗总量 (TOE) <sup>10</sup>	2,368	2,588	2,276
单位产值综合能耗 (TOE/吨产品)	0.273	0.152	0.251

水资源始终是爱茉莉太平洋中国关注的重要议题之一。公司聚焦生产过程中对水资源的耗用以及对废水排放的把控，严格遵守《中华人民共和国水法》《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，确保水资源的合规使用，保证生产废水合规排放，避免或最大限度减少相关生态污染。我们高度重视水资源节约与循环利用，制定并执行《废水管理办法》，同时每年邀请第三方机构对工厂进行节水评估，并及时根据建议进行优化。

2022年，美丽妆园在去离子水制备过程中，回收前处理过滤器中的反冲洗水，并在过滤后供冷却塔使用，据此实现年度总回收利用约5,000吨；另一方面，最终排水水经过深度处理后被用于冲洗脱水机滤布及过滤器，据此实现年度总回收利用3,793吨。此外，我们亦安装雨水储存和处理设施，对雨水进行收集利用，减少新鲜水耗。

案例：妙用中转桶，有效减少废水产生

洗发水内容物桶洗涤室自主改善了一套残料回收系统，利用不使用的内容物桶作为中转容器，通过真空吸走洗发水桶大部分的残留物料，再对残留物料进行集中处理，从而减少洗发水内容物桶清洗所需要的用水量及因冲洗洗发水而产生的泡沫污水量。通过使用洗发水周转桶，桶中残留物料由原先的30千克减少为5千克，有效降低冲洗用水量83%，每桶可节约冲洗用水约100千克。



8.如未另外说明，统计口径为美丽妆园生产场所。  
9.光伏发电来自美丽妆园二期所安装的太阳能设备。  
10.吨油当量 (Ton Oil Equivalent)，统计口径为美丽妆园。

2020-2022年爱茉莉太平洋中国水资源管理绩效

水资源管理	2020年	2021年	2022年
生产用水量 (吨)	91,871	78,893	51,233
生产废水排放量 (吨)	51,429	56,779	45,838
废水减排量 (吨) <sup>11</sup>	5,710	16,787	8,793
废水回收再利用量 (吨)	5,710	16,787	8,793
COD排放量 (吨)	1.10	1.06	0.80

爱茉莉太平洋中国致力于将自身建设成为环境友好型的绿色企业，将节材理念延伸至产品的全生命周期，践行物料的减量使用，废弃物的循环利用和无害化处理。我们制定并依循《废弃物管理规定》《危险废弃物仓库应急预案》等相关制度，持续优化废弃物管理与再利用流程，报告期内，废弃物可回收利用率达57.73%。



2022年，废弃物可回收利用率目标为54.50%，实际达成超越目标3.23个百分点

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、废弃包装材料、废过滤网及过滤器、废过滤桶以及污水处理站产生的废污泥等。处理方式上，生产基地经称重入库后，由具备资质的供应商对不可回收部分蒸发发酵后，焚烧发电处理，并将转化后的电能输入国家电网；可回收的部分由员工标识分类，并交由第三方定期回收。

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、有菌微生物培养基皿、氢氧化钠空桶等。处理方式上，生产基地的员工将有害废弃物标识后转移至指定废弃物仓库，向环保局系统备案登记后，由有资质的供应商合规处理。

2020-2022年爱茉莉太平洋中国废弃物管理绩效

废弃物管理	2020年	2021年	2022年
废弃物排放总量 (吨)	499	374	283
单位产值废弃物排放量 (吨/吨产品)	0.057	0.035	0.031

2022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)
一般性废液	78.6
污泥	71.26
沾染内容物包装袋，车损不良品	36.17
实验室废弃物过期管理品	29.74
其他	8.25

2020-2022年爱茉莉太平洋中国废气管理绩效

废气管理	2020年	2021年	2022年
粉尘 (立方米)	0.001	0.015	0.012
二氧化硫 (立方米)	0	0.019	0.017
氮氧化物 (立方米)	0.508	0.331	0.127
VOC (立方米) <sup>12</sup>	0.176	0.196	0.163
排放总量 (万立方米)	10,500	10,601	7,200
单位产值废气排放量 (万立方米/吨产品)	1.209	0.998	0.794

11.废水减排量均来自废水处理环节回收利用；  
12.VOC指挥发性有机化合物，主要来源为燃料燃烧等。

## 可持续包装，新“塑”希望

随着电子商务的飞速发展，过度包装、塑料废弃问题已成为全球面临的最具紧迫性的挑战之一。爱茉莉太平洋“2030可持续发展五大承诺”中承诺减少产品包装中的塑料用量，将减塑渗透至包装材料采购、快递运输和消费者使用习惯的整个链路中，推动包材100%可循环、可重复利用或可堆肥降解。公司响应集团号召，严格遵守《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》《限制商品过度包装要求食品和化妆品》等法律法规以及《可持续产品开发规定》等集团制度，力求包装减塑，为地球减负。

我们采用环境友好型产品包装材料，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；在产品开发、打样及入库阶段，进一步优化包装空隙率，使产品在满足高品质要求的同时，充分践行“源头降塑”的环境责任。根据中国法律要求，未沾染内容的包材亦不可二次利用，我们依法在报告期内开展废弃物二次利用的排查工作。相比于直接丢弃，我们对产品使用的塑料、软管、纸类包装等一般废弃物进行分拣并按类回收。该项排查工作增加了一般废弃物的可回收量，有效减少一般废弃物排放超30万吨。

### 案例：芙莉美娜包装减“塑”新动态

芙莉美娜宣传CLEAN & SAFE的品牌形象，其品牌产品植源焕润精萃液的产品包装盒100%使用已获得FSC（森林管理委员会）认证的甘蔗皮环保纸类，并在盒子内侧印刷产品说明，减少不必要的资源消耗和对环境的影响。产品容器方面，该产品使用无塑封玻璃容器、易撕产品标签和可再生塑料制成的瓶盖，将可持续理念贯彻到底。



### 案例：兰芝小蓝盾——为地球举盾

兰芝新水酷（小蓝盾）系列全品类均获得国际权威机构碳信托（Carbon Trust）的水足迹认证，同时全产品系列包装100%选用FSC认证纸张替代普通纸张，确保用纸来源于可持续经营的森林，减少对森林资源的破坏。以纯净高效的配分为基础，兰芝为年轻一代打造环境友好的创新产品，努力实现与顾客同行的可持续发展承诺。



### 案例：低碳减塑，

爱茉莉太平洋研发使用环保化妆品纸质容器

爱茉莉太平洋深刻了解化妆品容器对环境的危害性。为减少不必要的塑料消费，公司采用纳米薄膜阻断技术，开发并使用能取代塑料或铝制化妆品包装软管的纸质容器。该技术突破了纸质容器的局限性，能够减少塑料使用量达70%，同时提高储存气密性，保质期长达36个月。



### 案例：精简包装，实现绿色运输

作为绿色、环保包装的倡导者，我们要求旗下品牌精简包装，以减少产品运输过程中产生的碳足迹，降低物流环节对环境造成的负面影响。为减少不必要的纸张浪费和废弃物产生，爱茉莉太平洋中国取消装箱单，将购物产品信息直接体现在快递面单上。此外，二次利用已拆但没有完全损坏的包装箱，努力实现绿色物流。

### 案例：包装无胶水，空间新美学

悦诗风吟推出更便利、可回收的全新包装盒，通过合理的折叠搭配撕拉线实现无胶水包装。包装材料无胶水、无塑料的单一属性可以将消费者引向产品本身，并实现包装盒的100%可回收。目前，该包装盒被应用于悦诗风吟视黄醇修颜精华液，未来，公司将持续重视包装的环保和便利属性，努力推进低碳材料和低碳包装的发展，助力更多产品包装可循环可回收。



### 案例：源于自然，膜布可降解

与纯净美妆clean beauty的市场趋势结合，在产品研发过程中，我们优先选择天然来源或可降解的成分，努力提高产品环境友好属性。在梦妆花舒玻尿酸益生面膜中，我们使用不含微塑料、100%植物纤维来源的“奶皮”膜布，提高面膜贴合度，打造轻盈肤感，搭配5D玻尿酸成分，为肌肤锁水保湿。经燃烧测试，该膜布可完全燃尽且无刺鼻气味，燃烧测试结果膜布不含微塑料，故在自然界能完全降解，具备较高环保属性。此外，此款“奶皮”膜布已获得国际纺织及皮革生态学研究及检测协会、澳大利亚素食协会等多种认证，可充分保障消费者使用安全。



梦妆花舒玻尿酸益生面膜及其膜布所获认证证书





案例：环保不覆膜，与顾客共同保护地球

为减少塑料作为不可降解材料对生态环境产生的严重负面影响，公司在线下柜台推广使用不覆膜的环保购物袋。2022年，公司旗下品牌兰芝和悦诗风吟共使用环保购物袋154万个，按照每只传统购物袋覆膜重3.9克为准，使用环保购物袋为产品价值链减少约6吨的塑料使用。

此外，悦诗风吟在报告期内使用大豆油墨进行印刷，并采用简单线条设计突出品牌环保调性，优化包装可持续。



绿色运营，美丽行善

爱茉莉太平洋中国推崇资源节约、环境友好的工作方式，鼓励员工在日常生活和办公中节约能源，最大限度降低自身运营对环境的影响。

公司鼓励员工在离开会议场所和办公区域时，主动关闭空调、灯和其他办公设备，减少不必要的电力消耗。同时，我们设置巡逻人员，密切监督电力使用情况，例如及时关闭办公室无人区域的用电设备。

此外，我们发布《办公室打印政策》，将打印机默认为黑白双面打印，调整打印机待机模式，使打印机无人使用时自动进入休眠状态；要求内部会议文件尽量使用电子文件，降低纸张使用量。对打印机使用的管理，不仅能够减少用纸用电，还能够从源头减少废纸的产生，为地球保留更多的绿。报告期内，通过实行办公室打印政策，节电量达2,284度，节约用纸68.5万张。

	2020	2021	2022
 办公室用电量 (度)	395,090	641,461	502,707
 办公用纸量 (吨)	7.92	6.45	3.24
 墨粉盒 (个)	64	46	31

# 尊重自然， 聚焦生物多样性

2022年12月，联合国《生物多样性公约》第十五次缔约方大会（COP15）第二阶段会议在加拿大蒙特利尔举行，各国家与企业持续推动全球生物多样性治理转型变革。生物多样性关系人类福祉，是人类赖以生存和发展的重要基础。爱茉莉太平洋中国于生产及运营各环节尊重生物多样性，相信可持续的企业经营是重塑地球生态的关键。

案例：采购可持续棕榈油，保护热带雨林

棕榈油是一种用于化妆品的植物油，具有保湿和按需调节产品质地的功能。但是近年来，对棕榈油需求的不断增长和不可持续的生产导致了热带雨林的过度砍伐，危害了生态环境和野生动物的生存。爱茉莉太平洋中国深刻认识到盲目发展棕榈园所带来的森林荒漠化、物种灭绝问题的严重性，大力支持RSPO (Roundtable of Sustainable Palm Oil, 棕榈油可持续发展圆桌会议) 的倡议，呼吁所有行业生产和使用可持续棕榈油，为保护地球之肺尽一份力。

2022年，公司RSPO认证棕榈油占棕榈油总使用量的比例为34.66%。未来，我们将使用更广泛的可持续棕榈油衍生原料，持续提升RSPO认证原料使用比例，进一步减少生产环节对环境产生的负面影响。



经RSPO认证的可持续棕榈油被应用于各品牌产品

案例：重视动物福利，取消使用动物性毛刷

茉莉太平洋重视动物福利，践行“无动物实验”原则，将无动物实验推广至更多的产品。自2022年末，公司旗下品牌雪花秀开始实行无动物实验；未来，我们亦将在符合新品开发备案流程规范的前提下，最大程度保证无动物实验，降低实验测试过程中对动物的伤害。

此外，集团已宣布自2021年11月1日起停止开发动物性毛刷产品。报告期内，公司未采购任何动物性毛刷，剩余库存已于2022年6月30日做报废处理。目前，公司旗下没有任何动物毛化妆刷产品。



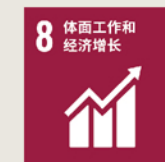
案例：恢复濒临灭绝植物，探索全新产品原料

长久以来，爱茉莉太平洋一直致力于保护和利用动植物的研究。除现有传统核心原料人参、绿茶、山茶、亚洲种子外，我们还深入挖掘特有植物品种并开发新品种，成功恢复了过去只记载于文献中的、濒临灭绝的白柑橘并将其用作化妆品原料；于数百种豆类植物中发掘出具有皮肤美容效果的扁豆；恢复濒临灭绝的济州野花；把皮肤护理功效卓越的木槿花和绿茶用作化妆品原料等。此外，集团还与开发各种玫瑰品种的第三方合作，开展皮肤护理功效和香气研究等多项旨在保护生物多样性的活动。

# Chapter 4

## 社会共情 绽放向善价值

作为积极推动可持续发展的企业公民，  
爱茉莉太平洋中国秉承“与社会、顾客同行”的理念，  
扎根中国，主动履行企业社会责任。  
我们充分考虑并结合中国特色，  
发挥自身资源优势 and 影响力，助力社会应对关键挑战。



# 倡导健康之美

2022年可持续发展关键绩效



425.7

社会公益投入 (万元)

健康的生活方式与身心协调对各年龄段的人群均至关重要。我们注意到都市生活节奏加快令青年群体的工作和生活心理压力增大，因而加强在心理健康议题方面的支援力度，切实帮助青年群体疏导焦虑、抑郁等情绪困扰，提升社会情感能力，保持心态健康。同时，我们在女性健康方面持续投入，与社会力量共同关爱女性健康。

## 心理加油站——AMORE能量青年

面对学业就业、认知发展、人际关系及生活适应等多方面压力，大学生心理健康议题伴随不安和焦虑等负面情绪的增长需要更多关注。爱茉莉太平洋中国于2022年发起“AMORE能量青年”大学生心理关怀公益项目，携手公益组织、全国知名高校及心理咨询专家，为当下青年群体提供多种形式的心理健康支持与关爱。2022年，项目走进国内高校举办主题工作坊、专家讲座及趣味路演等21场线下校园活动，直接服务3000余名青年学生，鼓励其以积极的态度应对生活中的挑战；2022年，“AMORE能量青年”项目升级，以“互助共学，彼此疗愈”为理念，将主动权更多交到大学生手中。项目深度赋能青年志愿者，助力其掌握心理健康与社会情感学习的相关知识及技能，从而能够独立组织校园线下体验式活动，如工作坊、主题路演等，从普通的“受益者”成长为向他人提供帮助的“助人者”，探索“受助—助人”的良性公益循环，引领更多的同辈青年探索感知情绪、共同成长的旅程。



主题路演活动现场Free Hug环节，两名陌生同学相互拥抱获得力量



同学们以线下工作坊的形式体验“自我关怀”

除线下活动外，项目还通过线上平台为青年群体提供多个主题的心理线上课程，如“自我关怀”“DBT人际效能训练”等，并在特殊时期推出三大疫情特辑如“如何规划自己的人生”、“EMO了怎么办”等，结合与专家隔空互动、线上打卡等多种线上互动形式，为青年学生构筑能量加油站。公司为学生提供《疫过天晴-高校学生心理自主手册》，帮助更多青年群体采用更加积极的行动来关注和觉察自己的情绪与心理健康。通过14天的自主练习，青年学生能够完成全面、系统的自我探索，培养自身的心理弹性，更从容地应对情绪困扰。截至报告期末，该项目线上平台已累计吸引超过7,500名青年在线上直接参与。



疫过天晴-高校学生心理自助手册

	2020	2021	2022
线下活动场次 (次)	6	12	21
线下活动参与人次 (人)	1,293	1,575	3,260
活动触达人次数 (人)	22,000	25,500	57,551

## 与爱同行——关注女性健康

一直以来，爱茉莉太平洋中国以关爱女性健康为己任，助力女性内外相生的健康美，致力赋能女性乐享健康愉快的生活。

## 为爱奔跑：爱茉莉太平洋女性健康公益跑（茉莉跑）

作为一项以女性健康为关注核心的公益活动，爱茉莉太平洋与中国妇女发展基金会合作开展的女性健康公益跑（茉莉跑）公益项目始终倡导以跑步的力量，唤起全社会对女性健康的关注，鼓励更多人将健康生活的理念分享给身边的人。截至2022年末，茉莉跑已累计吸引70万人参与。



700,000

茉莉跑已累计吸引人数 (人)

2016至2022年，茉莉跑已连续举办7年。2022年，茉莉跑与知名线上跑步平台合作，以线上跑的形式开展活动，打破地域限制，吸纳更多跑友共同支持和关注女性健康。跑友可在线上报名，通过跑步、健步走或主题课程等参与到活动中来，并可在参与过程中接收“两癌”防治小知识等公益信息。2022年茉莉跑共吸引21万余人参与进来，共同为倡导健康的生活方式身体力行。活动期间，项目发布公益宣传片，号召“用爱呵护每一个她”；跑友们也积极通过互动话题在社交媒体上踊跃发声，话题累计阅读量超过300万次。



爱茉莉太平洋女性健康公益跑2022年宣传图

## 两癌筛查：保护女性健康

乳腺癌与宫颈癌是女性常见的恶性肿瘤，严重危害女性健康。截至2022年末，“两癌筛查”项目已覆盖中国6省35县，累计为超过12万名乡村及城市困境女性提供了免费的“两癌”筛查服务，为超过32万名女性提供健康知识讲座。公司亦坚持提升大众对女性健康的认知，坚持对当地卫生技术员的培训和在两癌的宣传，提升当地两癌健康的防治意识，竭力保障女性健康。



120,000

“两癌”筛查惠及人数 (人)

# 赋能女性之美

妇女发展是乡村振兴、共同富裕的重要组成部分。公司积极响应国家助力乡村振兴和推动家政服务业提质扩容的号召，为困境女性提供家政类培训和就业支持，帮助她们实现经济独立与自我发展。

## 她来管家——为经济独立长效赋能

家政服务是实现女性就业的重要领域，对保障民生、助力乡村振兴具有重要作用。爱茉莉太平洋中国与中国妇女发展基金会于2020年联合发起女性赋能公益项目“她来管家”，为困境女性提供专业、高效的家政类培训，帮助她们提升女性职业技能水平。2022年，公司将黑龙江和贵州两省的800名困境女性纳入项目规划中，为她们提供家政服务、养老护理、母婴护理等项目培训课程，助力女性自身发展。截至报告期末，项目累计培训人数超2,200人。

在此之外，项目亦依据往年项目反馈在培训范围、课程安排、设备配置、就业对接等环节进一步优化，令困境女性参与从事家政服务的渠道更加广阔与通畅。公司在往年实地调研中了解到，部分女性受传统观念的影响就业意愿较低，家庭阻力较大。为此，在今年培训课程中公司新增职业价值观和职业荣誉感课程、就业选择及相关政策介绍等内容，帮助她们树立正确的就业观念，增强对自我、家政服务的价值认同感。此外，为给学员创造更专业的培训环境，项目积极协调统筹各方资源，向符合条件的学员提供在设施配备完善的专业培训基地参与集中培训的机会，加强培训与就业的有效衔接。

在脚踏实地做好家政培训服务的同时，爱茉莉太平洋不断思考并创新项目形式，努力发挥公益项目的多重社会价值。在当地妇联和专业家政机构的大力支持下，“她来管家”项目走进社区，在黑龙江省面向社区居民试点开展“一老一小”居家护理科普讲座，从居家护理知识、家务料理常识、岗位专业技能、免费体验家政服务等多个方面开展进社区主题活动，并引导项目学员积极参与内容共创。科普讲座的开展能够帮助社区居民掌握科学的居家养老、育婴观念，让社会看到并认可家政服务的专业性，增强学员就业信心，亦为解决当下“一老一小”社会问题贡献一份力量。



黑龙江牡丹江开班仪式上实操演示



88%

2022年“她来管家”项目实际达成就业率为88%

	2020	2021	2022
 参与培训人数 (人)	715	710	810
 就业人数 (人)	609	621	713
 就业率 (%)	85	87	88

# 守护传承之美

美自相通，足以凌驾时光，逾越时空壁垒，绵延千年。爱茉莉太平洋中国坚守创造美、保护美的初心，守护生态自然与传统文化的美丽。

## 文化保育传承——雪花秀“文化之美”非遗保护公益项目

传统文化是一个民族的根与魂。公司旗下品牌雪花秀肩负社会责任，始终如一地精进对美的探寻，将传统文化视为成就恒久之美的根基，致力传承传统文化之美、守护千年匠人风骨，为非遗活化写下全新的注脚。

雪花秀于2017年正式启动全球公益项目“Beauty From Your Culture”，在中国率先发起了针对中国非物质文化遗产保护和传承的“文化之美”项目，并与清华大学携手，成立“清华大学雪花秀非遗保护”基金，共同守护被遗忘的非遗技艺，为即将陨落的古老手艺注入新鲜活力，让传统的文化瑰宝在新的时代仍然散发夺目光采。

## 雪花秀“文化之美”传承之路

2018年

以“文化之美·漆心可见”作为主题，重点支持国家级非物质文化遗产项目“山西漆器髹饰工艺”这一传统技艺，让漆艺走进大众视野。



2019年

以“文化之美·金有所属”为年度项目，从云南金属工艺切入，深入“金属之乡”云南，聆听璀璨金城内的匠人匠心，感受流转千年的金属工艺之美，为云南金属工艺的传承与发展探寻全新的思路。



2020年

以“文化之美·影戏人间”为主题，聚焦陕西皮影戏，将皮影元素与当代视觉艺术相交融，给传统皮影艺术提供更多的可能性。



2021年

以“文化之美·绣色可观”为课题，将目光投向粤绣这项传统工艺的传承与延续，向世人展现粤绣风韵，赓续世代相承的非遗之美。



未来，雪花秀将继续用匠心承担责任，在传承发展非遗的旅程中传递社会使命，不断赋予文化传承新的力量。

## 自然守护——悦诗风吟公益林

爱茉莉太平洋中国尊重自然，保护自然，努力探索与自然和谐共生之路。公司旗下品牌悦诗风吟始终坚持绿色环保的真善之美，致力于缔造一个真正的自然主义品牌。2012年悦诗风吟进入中国市场时，就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，此后每年组织志愿者队伍亲赴内蒙古沙化地区营建公益林。员工通过亲身参与栽植树木、修剪树枝，改善土地沙漠化，真实体验沙漠的环境，真切感受到植树造林的迫切性，守护地球母亲绿色健康的容颜和活力。

自2012年起，已累计种下153,500棵树，承诺2030年实现50万棵树的种植目标。



153,500

已累计种树（棵）



2016年的公益林



2022年的公益林

# 共建家园之美

降低灾害影响，增加社会韧性，对社会的可持续发展至关重要。作为负责任的社会公民，公司积极承担社会责任，多策并举致力灾后重建及减灾意识培养，以期受灾群体能够尽快从灾情中恢复，度过难关。

## 修建便民桥——支持灾后重建

2021年洪涝灾害席卷河南150个县，严重影响当地居民生命安全，造成巨大经济损失。爱茉莉太平洋在积极响应紧急救灾外，更支持当地开展灾后重建，帮助当地居民恢复正常生活。为解决桥梁被冲垮造成的行路难问题，公司捐资支持河南省郑州市巩义市便民桥项目5座，改善当地被洪涝冲毁的道路交通，加快灾后重建，助力乡村振兴。便民桥惠及近6000人次，其中受惠村干部表示：“便民桥的建成将解决村民出行、农作物运输不便等难题，可以说桥通了让群众早日从洪涝灾害的阴霾中走出来，重拾信心过上小康生活”。



河洛镇康沟村杨家岭桥开工现场



爱茉莉太平洋中国助建涌泉桥

## 校园减灾教室——建立减灾长效机制

爱茉莉太平洋中国携手中国乡村发展基金会，捐资于河南省辉县市冀屯镇宪录村小学和辉县市胡桥乡时小庄小学建设2个“校园减灾教室”，以帮助辉县灾后重建及防灾减灾意识培养。“校园减灾教室”以儿童需求为主导，在学校建设减灾教室，结合《中国小学生防灾减灾教育指南》开展减灾课程开发和培训，搭建具有“教学、展示、游戏、体验”四大功能的减灾互动实体平台，从而提升校园综合减灾能力。

“校园减灾教室”在配套硬件上采用儿童友好型设计，通过功能整合使得空间利用最大化，可支持教学、体验、游戏等多重互动需求，学生及教师进入教室即可感受到寓教于乐的氛围，帮助其更好地融入课堂。同时，校园减灾教室在配套课件上也下足功夫，项目设置八大主题课程，并配套准备丰富多样的道具、书籍及实验器材，支持师生通过动手、体验等生动有趣的方式学习安全知识、提升应急能力及知识储备。

校园减灾教室的建立，能够有效提升学校儿童灾害意识和避险能力以及学校老师减灾防灾教学能力和应急管理能力，帮助学校规范小学生安全教育知识体系，同时辐射家庭、社区、全民，形成当地防灾减灾的长效机制。



爱茉莉太平洋资助的“校园减灾教室”

# Chapter 5

员工共情  
拥抱多元共融

爱茉莉太平洋中国倡导多元包容的企业价值观，  
为员工打造多元、包容与平等的工作场所。  
我们专注引才聚才，持续投放优质资源助力员工发展，保障员工合法权益。  
公司始终致力于守护员工职业健康，与员工共情、携手员工同行，  
让员工在工作中找到属于自己的“New Beauty”。



# 多元共融， 保持“美”的平衡感

2022年可持续发展关键绩效



一般员工<sup>13</sup>人数

1,286



社会保险覆盖率

100%



安全生产投入 (万元)

170



员工培训投入 (万元)

~60

爱茉莉太平洋相信，构建全体员工彼此尊重、融合不同背景与个人差异、互相关怀和引导新人的企业文化，是员工诚信谦勤、各尽其能的重要基础，也是实现企业创新和可持续发展的重要驱动力。

## 多元化与共融

爱茉莉太平洋中国始终将员工视作企业最宝贵的财富之一，坚持以公平、公正的雇佣原则吸纳优秀人才。我们严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国合同法》等法律法规，确保公司运营符合平等机会原则；严禁雇佣童工或强制劳工，反对任何有针对性的歧视行为，在员工招聘、入职、晋升、离职的各个环节，对不同性别、国籍、地区、人种、宗教或身体状况的员工一视同仁，为员工打造公平的职场平台。本报告期内，公司未发生与歧视、强制劳工、童工雇佣或性骚扰相关的违法违规事件。

公司特别关注女性员工权益，制定《性骚扰防范制度》并编录于《员工手册》中，竭力消除工作间存在的性别偏见与不合规事件，对职场性骚扰行为“零容忍”。



2022年，公司劳动合同签订率为100%

100%

13: 一般员工指公司正式员工。

指标	2020年	2021年	2022年
员工总数 <sup>14</sup> (人)	8,389	6,347	3,627 <sup>15</sup>
一般员工总数 (人)	1,758	1,592	1,286
其中, 男性员工数 (人)	—	411	384
其中, 女性员工数 (人)	—	1,181	938
残疾人雇佣人数 (人)	21	8	8
高层管理者 中本地员工比例 (%)	62.86	60.90	56.50
员工本地化率 (%)	95.5	94.7	97.8

1,286人



2022年，一般员工总数为1,286人

## 吸引与保留人才

作为一家全球化公司，爱茉莉太平洋中国通过多元招募渠道广泛吸引人才。除充分利用自身公众号和视频号平台发布招聘信息外，我们亦与第三方招聘机构合作开展招聘活动。2022年，为令海外求学的毕业生能够及时参与线下面试，公司将校园招聘时间从往年的10月份调整至次年2月；此举有效增加了应聘人数和应聘者中海外毕业生的比例，提高候选人的多样性。



公司秉持开放合作的心态，提倡扁平化的工作氛围，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，促进内部员工高效、平等沟通。本报告期内，我们在招聘环节中新增“culture fit”面试，通过以上五大行为准则为出发点的特定问题，寻找与爱茉莉太平洋价值观匹配性更高的候选人，助力员工在公司长期稳定发展。

14: 为一般员工（正式员工）与门店美容顾问的人数总和。  
15: 本报告期内员工总数因业务调整而下降。

## 案例：PI测评，释放人的力量

为更好地评判候选人行为习惯与职业要求的匹配程度，2022年我们在招聘环节启用Predictive Index (PI) 测评工具，通过对候选人认知能力、行为能力和岗位要求能力的评估，分析候选人的性格特征和能力特点，以有效了解候选人及其与应聘职位的匹配程度。

试用期合格的员工将进行二次PI测评，以了解员工在目前工作环境下的舒适度和自我调整情况；如出现与公司价值观或工作岗位要求匹配度较低的情况，将由人力资源部员工介入调节，助力员工成功完成职业生涯过渡。

候选人  
知己识他、人岗匹配

员工  
按需管理、指导发展

为最大程度实现人才保留，本报告期内，公司开启内部招聘流程，为内部员工职业发展提供更多选择。员工可根据自身职业规划和公司岗位空缺情况，应聘公司内部其他岗位。该政策能够实现人才在内部的健康流动，发掘员工个人潜力，助力员工综合发展，尽快成长为能力多元的复合型人才。

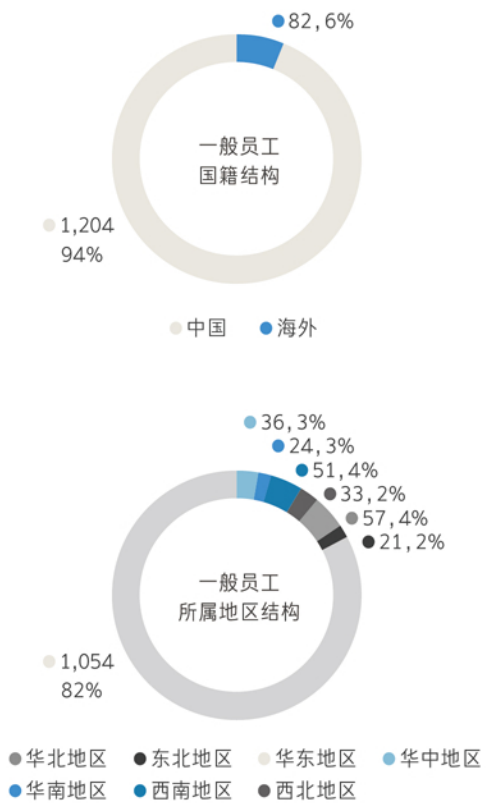
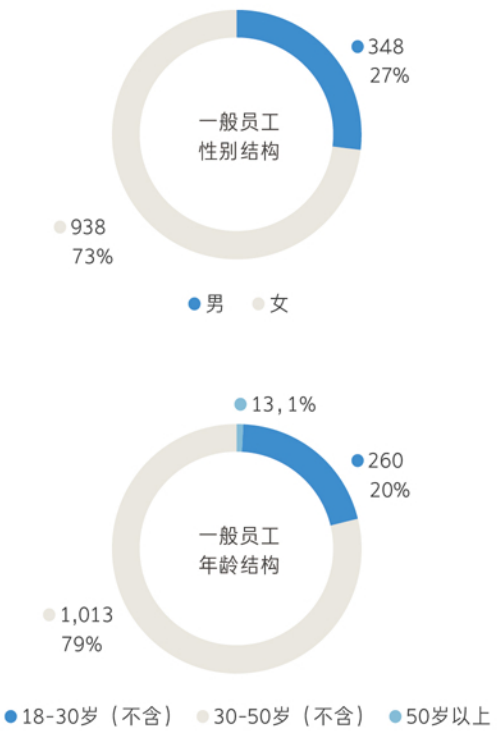
为吸引认同公司文化的离职员工重新加入，我们制定《爱茉莉太平洋中国员工返聘政策》，对符合条件的离职员工，在核实情况后，可直接进入面试流程。返聘员工对公司文化和业务的深入了解能够帮助她们更快进入工作模式，提高工作效率。

## 2020-2022年一般员工流失率指标绩效

指标	2020年	2021年	2022年
员工流失人数 (人)	-	566	521
员工流失率 <sup>16</sup> (%)	-	26.23	28.83

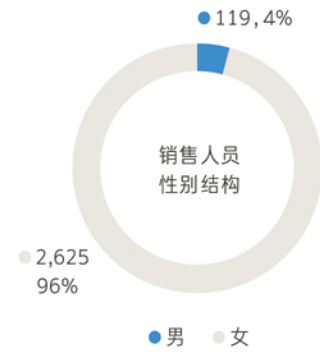
16: 员工流失率=报告期内一般员工离职总人数 / (报告期内一般员工离职人数+报告期末一般员工总人数)





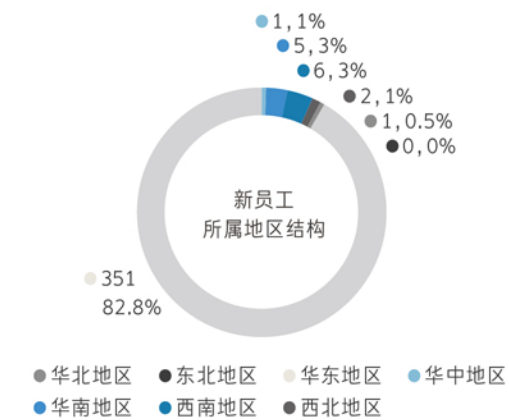
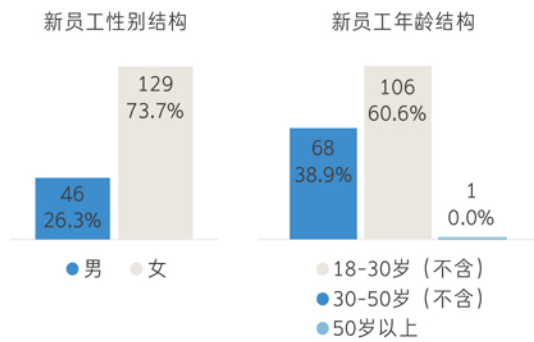
2,645人

2022年，销售人员总数为2,645人



175人

2022年，新员工总数为175人



17: 销售员工包括一般销售人员与门店美容顾问。

# 凝心聚力，提升“美”的价值感

爱茉莉太平洋中国珍视每位员工的辛勤付出，为员工提供具有竞争力的薪资待遇及多项福利。我们持续优化员工福利与关怀，注重双向的员工沟通，致力提升员工归属感。

## 员工福利与关怀

公司坚持“以人为本”的经营理念，用心关注员工需求，为员工营造有益身心的工作场所，完善福利保障体系，提升员工参与感与幸福感。我们为员工提供具备国际环保标准且符合人体工学设计的办公桌椅，其可调节高度的属性能够最大程度满足员工多样的办公需求。

## 爱茉莉太平洋中国舒适的办公环境



升降灵活的办公桌



开放通透的公共办公区



舒适私密且功能齐全的哺乳室

## 爱茉莉太平洋中国员工福利

### 保险保障

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

### 年假事假

确保员工享有法定年假（包括婚假、育儿假等）  
并按工龄额外补充带薪年假

### 健康保障

定期组织体检，并为女性员工增加女性多发疾病检查项目

### 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

### 灵活工作

制定《自主排班制度》，  
员工可根据实际情况灵活调整每日出勤时间

### 生育关怀

为员工提供育儿假<sup>18</sup>，  
并在公司设置独立的哺乳室供孕期或哺乳期员工使用

### 家属福利

为员工及其子女购买补充商业医疗保险，  
并为符合工龄条件的员工提供免费家属体检资格

### 丰富生活

为员工提供定额团建费用额度，鼓励以部门为单位团建

# 15天

年人均带薪休假15天



# 100%

2022年，公司员工社会保险覆盖率100%



### 案例：以人为本，收获成长

爱茉莉太平洋中国为员工提供“有温度的日常福利”，帮助每一位员工在工作中保持活力。我们定期举办年会、家庭日、运动会等集体团建活动，促进员工间交流互动，共同营造温暖的团队氛围。2022年，我们举办入华30周年的“周年庆”活动，与员工分享公司入华30年来的收获与成长，让员工充分感受节日氛围，深度了解和体验企业文化。

天气炎热时，我们亦会准备多样的零食和冷饮，为员工带去夏日里的清凉。



疫情之下，我们力争在保护员工健康安全的前提下，维持企业的有序运营。居家期间，我们为员工提供必要的生活物资；返工后，我们向员工发放消毒包、抗原及退烧药等健康必需品。此外，我们还为员工提供新冠假期，令员工能够在充分恢复健康后再重新投入到高效的工作中。

指标	男	女
有权享受育儿假的员工总数(人)	348	938
体育儿假的员工总数(人)	8	38
育儿假结束后在报告期内返岗的员工总数(人)	7	31
育儿假结束后返岗且1年后在职的员工总数(人)	9	29

### 员工沟通

良好有效的沟通是公司员工携手同行、共同发展的基础。为促进内部健康交流、增加理解与信任，我们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，支持员工发挥主人翁精神，向公司表达工作和生活中的真实想法和诉求，以充分调动员工参与企业经营决策、技术革新和文化建设工作的热情。

公司设置包括员工意见箱、部门邮箱、线上hr系统互动板块和电话热线在内的多种沟通渠道，接收员工意见，帮助员工解决工作和生活中遇到的困难；人力资源部亦定期开展员工访谈，与员工交流沟通，及时接收并反馈不同业务模块员工对公司发展的想法和建议。此外，为顺应信息化办公趋势，我们开设官方微信公众号和同名小程序“茉莉Plus”，并将此作为公司信息发布和与员工内部沟通互动的重要桥梁，为员工提供公司政策、员工活动、品牌信息等相关的最新资讯，帮助员工及时了解公司信息。

### 案例：“茉莉Plus”助力员工“玩转文化”，畅所欲言

公司依托“茉莉Plus”小程序，开展玩转文化-积分赛（Culture Quiz Land）活动，以趣味游戏的方式，组织员工探索公司历史、企业文化、产品和规章制度，加深员工对公司的了解和企业文化及核心价值观的认同感。采用当下流行的游戏模式，每位参与员工能够通过答题、抽奖和集卡的方式获取积分并兑换奖品，在游戏中多维了解公司，真正实现“玩转文化”。



18: 在爱茉莉太平洋中国，结合各地政策的支持，男性和女性员工都享受育儿假期。

# 员工健康，保障“美”的安全感

爱茉莉太平洋中国始终将安全生产作为公司日常运营中最重要的一环，秉承对员工、社会高度负责的态度，不断提高生产安全管理水平，持续完善职业健康管理体系，贯彻企业安全文化，致力保障员工“美”的安全感。

## 安全保障

安全管理是公司必须遵守的第一原则。为贯彻落实国家“安全第一、预防为主、综合治理”的安全生产方针，我们严格遵循《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》等法律法规，制定了《安全生产责任制度》《安全生产目标管理制度》等内部文件，建立了健全的安全生产管理分级责任体系，明确各级部门及人员的安全生产职责。目前，该体系已顺利通过ISO45001职业健康安全管理体系认证。此外，我们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制的落实情况。自2020年起，公司持续加大安全生产投入，致力确保生产场所的生产安全。

本报告期内，我们应用安全风险分级管控和隐患排查治理双重预防机制，对所有生产工艺过程和区域的安全风险进行辨识、评估和分级，共识别公司风险点905个，其中一般风险点138个，低风险点767个。公司要求各层级针对不同级别的安全风险认真落实管控措施，针对排查出的风险点、危险源，按“四不放过”<sup>19</sup>原则严肃处理并整改，通过在设备危险部位安装感应联动、现场张贴安全风险告示牌等方式，提醒员工注意防范，对风险实施有效管控。未来，我们将继续根据风险管控情况对安全隐患进行及时有效的排查与治理，严密监控以防止已治理完成的隐患复发，从而减少安全事故的发生，强化公司安全管理体系。

	2020年	2021年	2022年
安全生产投入(万元)	152	159	170

100%

职业危害因素检测覆盖率: 100%



100%

重大事故隐患整改率: 100%



19: 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。



ISO45001管理体系认证证书

## 职业健康

公司竭力创造健康安全的工作环境，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》等法律法规和行业标准，制定并执行《职业健康管理制度》，同时构建完善的职业健康管理体系，定期对职业病危害因素进行识别和改善，为相关人员配套劳动防护用品并定期组织职业健康体检。本报告期内，公司未发生职业病事件。

公司不断将员工职业健康与安全保障措施落实落细，针对刺激气味和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、耳塞等防护用品，降低作业过程中的潜在危害。对于接触到职业病危害因素的从业人员，公司设立岗前、岗中以及离岗后的全程职业性健康检查监督制度，定期安排职业健康体检。本报告期内，职业健康体检人数133人。

0人

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  
因公引发健康问题并导致死亡的员工总数为0



0.23

因公受伤的员工总数为3人，工伤率为0.23



20: 参考GRI标准，基于200,000个工作小时数，工伤率=因工受伤的员工总数/2022年总工时\*200,000；总工时为2,572,000小时。

## 安全培训

为营造“安全第一、注重健康、关爱生命”的良好氛围，我们将安全生产理念融入员工的日常工作中，积极开展员工安全培训；每年定期组织应急救援演练，为不同岗位的员工模拟应急事件发生时的情况，强化员工安全生产意识，提高员工应对危险的能力。本报告期内，公司开展包括危化品泄漏应急演练、锅炉事故应急演练、火灾应急演练在内的多项应急演练。我们亦通过安全宣传专栏、宣传画等途径向员工普及安全文化，在从氛围营造、培训教育、隐患排查、应急演练等方面强化安全意识，提升安全技能。

### 爱茉莉太平洋中国安全生产教育培训

- 新员工: 开展安全教育培训，涵盖安全生产相关法律法规、公司规章制度、作业现场潜在风险和风险防范及应急措施等
- 全体员工: 每年制定“培训计划”，结合当年安全生产形式，调整或新增计划内容并组织实施
- 特种作业人员: 按国家和行业规定开展“特种行业上岗证”的取证培训

8次

截至2022年末，员工安全生产培训次数为8次



100%

截至2022年末，员工安全生产教育培训率为100%



# 职业发展， 激发“美”的专业感

多样化赋能人才是公司永续发展的重要基石。爱茉莉太平洋中国重视人才成长与培训，为不同岗位的员工配置丰富的学习资源，提供定制化的培训课程和发展指导，助推员工在公司发挥自身价值。

## 精准赋能

公司的可持续发展与员工成长密不可分。爱茉莉太平洋中国不断优化人才发展战略，健全公司培训体系，通过“线上+线下”授课、内部分享、项目活动等多种形式，为员工精准赋能。我们聚焦企业文化、通用能力、专业技能和领导力四大板块，为员工提供多类培训课程，助推员工实现自我成长与职业生涯突破。疫情期间，我们亦不断开发新课程、开展多样的线上培训，持续为员工赋能。

公司培训项目类型和2022年培训情况



## 案例：支持管理培训生入职成长

入职培训是公司文化和核心价值观引导与传承的重要途径，亦是管理培训生融入公司环境、快速成长的助推器。通过对企业文化和行业品牌基础知识的学习，管理培训生能够快速了解公司基本情况；结合小组任务、带教沟通等培训项目，我们致力协助管理培训生构建对商业模式的初步认知，建立员工个人发展与公司发展的连接，减缓管理培训生初入职场的不安，以快速适应工作。



## 案例：精准赋能细分领域专业力

公司非常关注培养员工的专业能力。我们梳理电商和市场营销岗位所需的专业能力，结合以在线问卷形式进行的员工培训需求调查结果，为在该岗位的员工定制专属的培训课程，助力员工与快速发展的市场同步成长。我们亦为员工提供通用类培训课程，在提升员工细分领域专业程度的同时，增强个人综合素质。



电商岗位员工接受线上线下培训

## 案例：夯实绩效管理，优化目标设定

科学合理的绩效管理体系，不仅能助力企业实现战略目标，亦能让员工在“制定目标-实现目标”的循环过程中，充分达成自我认知，明确职业发展方向，促进员工稳步成长。2022年，我们通过在线课程助力全体员工学习了解“绩效管理-目标设定”的标准与流程，并支持员工正确设定科学的个人目标，以实现个人发展。未来，我们亦将持续开发此主题相关的课程并组织员工学习，不断完善公司目标设定与绩效管理流程，强化从战略到目标的全过程管理，赋能员工与企业共成长。

截至2022年末，员工培训平均时长（小时）



2022年员工培训绩效

指标	2022年
员工培训时长（小时）	4,524
员工培训投入（万元）	59.44
员工培训投入（万元）	1,912

## 绩效评估

为回报员工付出，公司建立并执行具有内部公平性和外部竞争力的薪酬体系，辅以“以绩效为导向”的激励制度，最大程度激发团队和个人潜力。

公司每年开展公正、透明的员工绩效评估。2022年，我们优化评估和绩效管理体系，加强个人目标与组织目标的关联，从以个人为单位变为以部门（品牌）为单位进行绩效考核，将个人薪酬与组织整体绩效挂钩，推动团队内部协作，增强组织凝聚力。报告期内，所有高级管理层及一般普通员工均已接受定期绩效考核与职业发展评估；所有男性及女性员工均已接受定期绩效考核与职业发展评估。

# Chapter 6

## 伙伴共情 迈向责任共美

爱茉莉太平洋中国始终践行责任采购原则，  
与生态伙伴共情，分享可持续价值观，  
携手生态伙伴打造绿色价值链。  
我们与合作伙伴积极承担环境和社会责任，  
建立并持续加深合作深度，促进价值链的良性发展，致力实现美的共赢。



# 强化供应链管理

2022年可持续发展关键绩效



100%

新晋供应商已接受环境及社会准入评估率：100%



92%

通过质量、环境和职业健康安全管理体系认证的包材供应商率：92%



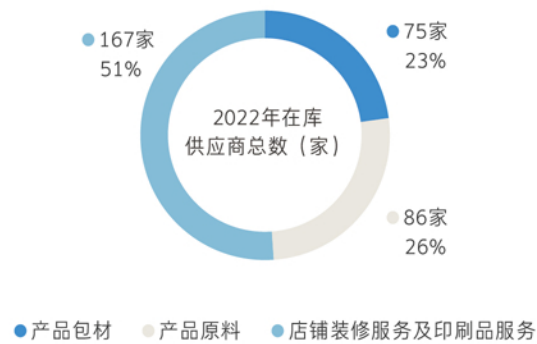
15

参与政府主导的全国重点组织协会（个）：15

## 强化供应管理

可持续的供应链体系是公司实现长远发展的关键要素。公司秉持负责任采购的理念，在供应商准入与审核、选择与使用、评估等全流程实施严格的管控机制，不断优化供应链管理体系，降低供应链的环境社会风险。我们亦应用数字化供应商管理体系，持续提升采购环节的规范化和透明化，为防止违反商业道德的行为发生构筑有力屏障。截至本报告期末，公司在库供应商达328家。

2022年公司在库供应商类型分布<sup>21</sup>



## 供应商准入

为规范供应商准入环节，从源头有效控制及降低供应链中潜在风险，公司多策并举，确保供应商提供的产品及服务质量、社会责任管理表现符合公司的可持续发展要求。面对采购需求，我们依据《原料供应商开发指导书》《包材供应商开发指导书》等内部制度，对已合作的供应商和潜在供应商开展基本情况调查，并根据调查结果判断是否进入下一阶段。在实地调查或自评阶段，我们对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、生产人员管理等因素进行考核评估，以确认供应商在环境和社会方面的可持续表现。报告期内，我们将进口供应商纳入准入管理体系，根据从总部获取的信息对进口供应商情况进行评估和管理。

21: 其他类型供应商包括店铺装修服务、广告服务、印刷品服务、IT服务等

爱茉莉太平洋中国本地供应商开发流程



100%

2022年，新晋制造业供应商共计6家<sup>22</sup>，100%已接受环境及社会准入评估

## 供应商评价

爱茉莉太平洋中国重视供应商评价与管理体系，密切关注采购产品质量和供应商可持续实践情况。公司将供应商分为原料、包材和其他类型<sup>23</sup>进行管理，面向不同类别的供应商设计自身适用的评价问卷，以更具针对性地评估供应商表现。

对于原料供应商，公司每年年末开展供应商年度评价，从供货产品的质量、交期、价格、本地化能力和可持续发展能力等方面进行评价，同时对提供关键原料的重点供应商展开实地考察。对于连续两年年度评估不及格或出现重大质量问题、违反合法合规要求的供应商，我们将终止与其合作。

对于包材供应商，公司每半年开展供应商评价，从供货产品质量、交期、价格、自身可持续发展方面评价供应商表现，同时采用《可持续审核表》，对重点供应商开展安全、环境、劳动等方面的实地考察。对于连续三次以上考核不合格的供应商，我们半年内非必要不开发该供应商新品。

对于广告、印刷、设计等其他类型供应商，公司每年进行第三方信用评估，及时了解其财务经营能力和在环境与社会合规方面的表现，竭力降低供应链风险。

此外，公司定期开展进口供应商的年度或半年度评价，确保全体供应商均被纳入考核范围。

22: 包括工厂采购4家，和贸易间接采购2家  
23: 其他类型供应商包括广告、印刷、设计等供应商

100%

公司328家<sup>24</sup>在库供应商已100%接受环境及社会评估

100%

通过上述考核体系，被识别为具有重大风险的供应商共计2家，已100%接受并完成公司给予的整改要求

2%

92%的包材供应商已通过质量、环境和职业健康安全管理体系认证，较2021年提升2个百分点

## 供应商沟通

有效沟通是良好合作的基础。我们重视与供应商协同发展，通过召开供应商大会、交流会等方式与供应商保持紧密的沟通和交流，持续优化产品质量，共同构筑可持续、有韧性的供应链。本报告期内，公司开展重点供应商品质改善交流会，就采购品质问题与供应商深入探讨，分析发生原因、寻找解决方法、监督后续情况，以改善产品品质，保证消费者体验。2022年，我们与吕品牌的容器供应商交流，通过优化容器运输包装，有效提升容器运输质量，改善容器表面大面积划伤的问题。

24: 包括工厂采购161家，和贸易间接采购167家

# 履行绿色采购

可持续采购不仅能带来环境效益，亦能为公司与社会创造经济价值。爱茉莉太平洋中国将绿色低碳理念融入企业运营，并贯穿于原料、包装品、店铺装饰等品类的采购全流程中。

## 供应链本地化

供应链本地化是践行绿色采购的重要途径之一。公司与运营所在地的供应商建立并持续深化合作，通过原材料本地化采购，降低采购物流阶段产生的环境污染和温室气体排放，同时有效助力地方经济发展。

### 2020-2022年本地化采购绩效

指标	2020年	2021年	2022年
原料和包材本地化采购比例 (%)	75	75	70
包材本地化采购比例 (%)	95	96	97

## 共同行动，爱护森林

爱茉莉太平洋中国以保护生物多样性、爱护森林资源为己任，致力在经营事业发展的同时，向消费者和社会提供“自然友好型”产品和服务。我们不断优化产品包装材料，加快提升产品中使用森林管理委员会（FSC）认证包装的比例，助力从源头缩减木材需求，减少森林砍伐对环境产生的负面影响。同时，我们遵循“不毁林、不开发泥炭地、不剥削”的承诺，以负责任的态度采购可持续棕榈油。报告期内，产品中RSPO认证棕榈油使用量占比达到34.66%。



公司旗下部分使用FSC认证纸张产品



公司旗下部分使用RSPO认证棕榈油产品

## 绿色店铺

店铺是消费者与品牌的纽带，亦是公司可持续消费理念的重要载体。在店铺建设和运营时，我们以环境友好为设计原则，提升店内布置的回收利用比例，与消费者分享我们的可持续理念。

项目	环保措施及成果	案例
明星架	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 将明星架的底座固定，仅更新画面和少部分展示道具</li> <li>· 以雪花秀店铺计算，2022年实现亚克力材料节约量1.8吨</li> </ul>	
木制家具	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 店铺装修时，将原有的木制家具回收放置并再次利用</li> <li>· 以兰芝店铺计算，2022年木制家具回收再利用比例为56.8%</li> </ul>	

# 促进行业发展

合作、共享是行业与公司可持续发展的重要前提。爱茉莉太平洋中国积极参与行业分享活动，与行业伙伴就可持续发展相关话题开展广泛、深入的交流，为助力行业高质量、可持续发展贡献力量。

## 案例：为美而来，共创智美未来

中国国际进口博览会（“进博会”）是极具影响力的国家级展会，每年“跨越”全球，为企业提供了贸易互通和技术交流与进步的机会。2022年11月，爱茉莉太平洋第五次参展进博会，以“共创智美未来”为主题，携旗下7大品牌、500余件展品、近20款首发新品，通过精心筹备的炫彩舞台和“黑科技”，全方位展现集团深耕中国市场30年间在品牌创新、数字化战略以及可持续经营领域的卓越成就。

除重磅新品首发，集团2022年亦将“黑科技”与创新可持续实践带到了进博会现场，不仅为现场消费者提供更个性、更科学、更可持续的体验，亦积极助力未来美妆消费市场科技变革。



爱茉莉太平洋集团第五届进博会揭幕嘉宾合影



“在华发展三十周年”纪念牌授牌现场



爱茉莉太平洋集团第五届进博会展台

公司持续赋能生态伙伴，致力共同构建社会责任生态圈，为推动行业可持续发展传递力量，展现作为化妆品行业领先企业的责任担当。

## 案例：携手生态伙伴，打造美与责任交融与共的生态圈

2022年8月，上海市市长龚正与爱茉莉太平洋集团社长金异煥进行视频连线。在对话过程中，市长介绍了上海整体经济社会发展情况，并指出打造时尚高端的现代消费品产业，包括化妆品产业，是积极适应和引领新消费需求的重要举措之一，同时欢迎爱茉莉太平洋集团发挥自身所长，参与上海国际消费中心城市城市建设。

随后，金社长介绍了集团全球业务发展新愿景，和在华、在沪的发展情况，并表示未来将以上海为中心，研发更多适合中国消费者的产品，深化两地文化交流，积极拓展在华业务，实现可持续发展。



上海市市长 龚正



爱茉莉太平洋集团社长金异煥

2022年8月，爱茉莉太平洋中国携旗下雪花秀和兰芝两大品牌的明星产品，参加由上海市商务委员会、静安区人民政府共同主办的上海国际美妆节，通过线上和线下的形式与消费者见面。



雪花秀润致焕活精华肌底液



新水酷透明质酸膨润修护细肤露、润肤乳

2022年11月，为持续提升面向中国消费者的服务品质，爱茉莉太平洋与阿里巴巴集团旗下天猫国际在韩国总部举行了战略研讨会。双方共同探讨了中韩两国的新消费趋势，并就新品牌、新产品、新服务的引入达成合作意向。



爱茉莉太平洋与阿里巴巴战略研讨会现场嘉宾合影

2022年11月，爱茉莉太平洋中国总经理在东方美谷国际化妆品大会开幕式上发表“可持续美丽指数：我的美丽我做主”主题演讲，分享集团绿色可持续相关的实践成果。



东方美谷国际化妆品大会开幕式分享



东方美谷国际化妆品大会会见

2022年11月，爱茉莉太平洋中国出席第五届中国国际进口博览会参展商联盟日化消费品专业委员会“化妆品高质量发展”圆桌会，并就“新发展理念引领化妆品行业高水平创新”议题分享在“化妆品个性化服务”方面的技术成果，有效提升了公司的行业地位和法规制定修订方面的话语权。



化妆品高质量发展圆桌会



# Chapter 7

## 可持续发展管治

爱茉莉太平洋中国坚持履行社会责任，积极支持联合国17个可持续发展目标实现。

同时，我们与各利益相关方积极沟通，听取建议，不断完善自身可持续发展架构，致力建立透明、完善的公司治理体系，落实全面的风险管控，切实维护各利益相关方利益。

我们将可持续发展融入公司发展规划，与社会各界携手共建更美好的社会。



# 诚信透明， 共促有序经营

合规经营是企业可持续发展的前提。公司严格遵循运营地适用的法律法规，持续完善合规及商业道德体系，拓展合规责任与伦理准则覆盖的边界，积极保障自身与利益相关方合法权益。

## 合规经营与伦理纲领

公司坚持对标行业最佳实践，不断检讨及完善自身合规体系，为确保合规管理决策机制科学有效，制定并贯彻《爱茉莉太平洋中国合规管理制度》，其中涵盖制度体系、组织架构及文化建设机制等方面的具体人员职责与要求。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。

### 集团伦理纲领的六大核心内容



围绕集团伦理纲领的六大核心内容，公司编制面向全体员工的《伦理指南》，确立日常业务决策和执行过程中的行为准则和道德规范。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，以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。

### 案例：2022年度合规及伦理培训

公司将合规及伦理内容纳入新员工入职培训及员工定期培训，包括但不限于职场欺凌、职场性骚扰、利益冲突、礼物招待、贿赂、正确使用公司资产等。2022年，我们进一步强调伦理指南及投诉举报渠道的重要性，并将重点内容按照不同职级进行调整。管理层及一般普通员工接受培训比例分别达100%及80.40%。



管理层合规及伦理培训



一般普通员工合规及伦理培训

### 案例：合规简报分享，有效风险预警

法律法规的分享能够提高员工对其内容的了解，有效防止因员工不合规行为而对公司造成的负面影响。我们每月以邮件 Newsletters 的形式，结合法规更新情况和当下热点，向全体员工发送特定主题的合规简报。其中，消费者权益一直是公司重点关注的内容，我们在3.15消费者权益日前后，以“315特辑”和相关顾客信息保护案例的形式，提醒员工重视对消费者权益的保护。

	2020	2021	2022
合规培训完成率 (%)	91	90	81 <sup>25</sup>
合同审核率 (%)	100	100	100

25: 本报告期内合规培训完成率计算口径为工厂员工；由于经营调整，面向公司其他一般员工的合规培训将于2023年上半年完成，相关合规培训完成率数据将于《爱茉莉太平洋中国2023年可持续发展报告》中披露。

## 商业道德

爱茉莉太平洋中国致力于践行高标准的诚信道德和反贪污的商业惯例，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，制定并执行《反贪污合规政策》，明确对商业贿赂等贪污行为的“零容忍”原则。

公司定期检讨反腐败相关政策的执行情况及有效性，以确保政策及管理体系持续符合公司需求和当前监管规定。我们依循集团的《监察规定》，通过对部门或所属员工开展定期或特定监察，主动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，判定处理结果并向被监察部门的负责人通报；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



公司范围开展的反腐败相关监察总数（次）：定期监察2次

14次

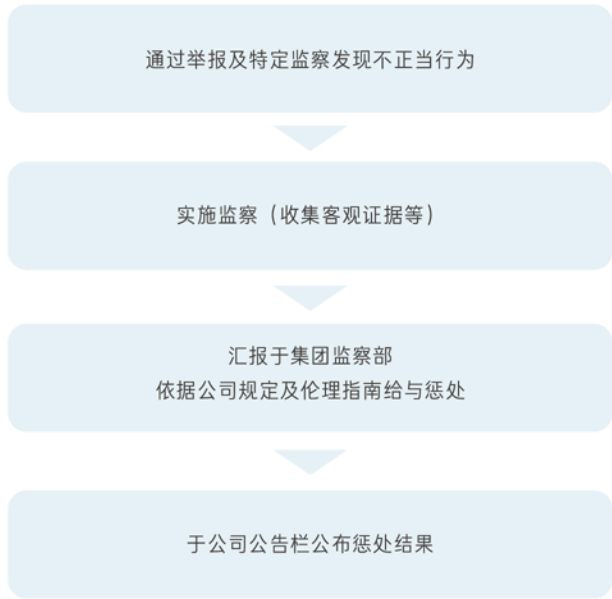


公司范围开展的反腐败相关监察总数（次）：特定监察14次

为保障公司及利益相关方利益，员工不得接受任何与公司有业务往来的人士、公司或组织提供的任何利益。我们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，可在公司合规平台申报后移交合规负责人处理。此外，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；如涉及触犯刑法，则将移交至司法机关处理。

公司明确规定任何违反反贪污政策的行为都应透过公司检举政策规定的举报渠道举报。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、电话或线下举报的形式向监察部门举报。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。2022年，我们优化举报流程，同时设立合规相关“案例分享”环节，竭力提升公司管治程序的清晰度和全面度和透明度，加强员工合规意识。

### 优化后的举报流程



公司举报中心官方主页

### 案例：设立“案例分享”环节，致力提升员工合规意识

为确保员工深刻明白反贪污及合规操守的重要性，本报告期内，我们将已发生的监察内容整理成案，以“案例分享”的形式告知员工，竭力提升合规政策透明度，强化员工“合规红线”意识。我们以邮件及公告栏公布的方式将案例分享给于公司全体员工，其中包含违规内容及相应惩处后果（为尊重员工隐私，未透露相关员工姓名及部门名称）。

2022年，公司对内进行合规相关“案例分享”教育总计达2次。

此外，对反贪污的“零容忍”原则也已逐步向价值链延伸。为进一步落实《反不正当竞争法》及其他相关法律法规有关禁止商业贿赂行为的规定，防止潜在利益冲突相关情况的发生，我们在2022年起草了《阳光协议》，并以此代替原有的《道德誓约书》。在达成合作前，我们要求所有供应商和经销商签署该协议，与合作伙伴携手营造健康的商业环境。

爱茉莉太平洋中国秉持公平竞争的原则，恪守反垄断和反不正当竞争方面的法律法规，保护公平公开的竞争，避免不当限制或反竞争限制的影响。我们与合作伙伴建立公正的交易关系，以互相信任和尊重为基础，通过公正交易实现互利共赢；坚持与合作伙伴共同成长和发展的理念，积极推动创新、共享企业发展成果。同时，我们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，公司未发生违反反垄断与反竞争相关法律法规的情况。

### 信息安全和隐私

爱茉莉太平洋中国高度重视信息安全和客户隐私，严格遵守《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》等法律法规，以信息安全管理及运营规范化为目标建立并实施信息安全管理体制体系，系统性地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。本报告期内，公司未发生用户隐私泄漏相关的违规事件或外部投诉。

公司建立并执行《信息安全方针》，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，力求保护防火墙等IT基础设施稳定运作。2022年，公司更新并实施《员工保密制度》《应用程序安全方针》《个人信息保护方针》，着力守护自身及各利益相关方的数据及隐私安全。我们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等方面；制定并实行安全基线风险处理流程，本报告期内共加固32项应用系统、178台主机基线，并基于运维实际情况及时调整。此外，安全等方面定期开展运维系统账号审计以确保运维安全，同时每年开展等级保护测评，确保系统合规性与稳定性。

爱茉莉太平洋中国注重客户的隐私保障。各员工及店铺销售人员均需严格遵守《数据安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》等法律法规。同时，公司制定并执行个人信息保护制度，围绕信息使用场景，采取信息保护措施，全方位保障公司经营过程中的个人数据安全。

### 案例：多策并举，切实保障消费者隐私权益

2022年，爱茉莉太平洋中国充分洞悉消费者隐私保护的痛点，通过政策更新、流程优化等方式合力维护消费者的合法隐私权益，提升消费者的获得感、幸福感、安全感。

- 本报告期内，公司在《隐私政策》更新前30日时发布《更新隐私政策的公告》，尊重消费者及各利益相关方的隐私权益，致力提升隐私保护流程的透明度
- 公司于2022年内针对美妆品牌绘制数据流以清晰了解品牌会员及订单的数据流，及时审查数据的安全性、完整性及保密性，同时识别并评估会员管理及订单链路流程中可能存在的风险，并针对性开展防控措施

### 案例：2022年信息安全意识培训

为提升员工信息安全意识，我们于本报告期内开展信息安全意识培训系列活动，内容涵盖终端计算设备安全、智能手机使用安全、防钓鱼、公民个人信息重要性、第三方安全问题等，通过在线学习、知识答题、安全小游戏及调查问卷模块，提升培训的互动性与有效性；通过设置激励机制，提高员工的参与度。

本报告期内，信息安全意识培训共吸引453名员工参与；参训人员的培训评估总体平均分达88.36；优秀人数达260人，优秀率约60%。



信息安全意识培训界面



信息安全意识培训宣传海报

公司亦积极保护员工的个人隐私。本报告期内，公司新建并执行《爱茉莉太平洋贸易有限公司个人信息安全政策》。我们亦聘请第三方专业机构开展《员工个人信息跨境传输风险评估报告》，与集团签订《个人信息跨境传输合同》，以保障员工数据及隐私的合法收集、使用及传输。

爱茉莉太平洋中国着力于向合作伙伴传递高标准的隐私保护理念，制定《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。我们与供应商签署《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。为确保供应商已就爱茉莉太平洋中国的数据提供安全保护措施，降低数据泄露风险，公司亦面向供应商开展第三方信息安全审计。参考ISO 27001等国际通用认证要求，审计维度包含信息安全政策、安全风险评估与处理、资产安全、人力资源安全、物理和环境安全、业务连续性、数据与隐私安全、网络与系统安全等。公司以问卷、访谈、实地检查等方式评估供应商信息安全管理体系，报告期内完成供应商信息安全审计共24家。

为与利益相关方建立透明、畅通的沟通机制和渠道，我们设立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。

# ESG 管治体系

公司高度重视可持续发展，坚持完善内部可持续发展治理，增强对企业发展产生的环境及社会影响的管控，力求为利益相关方创造永续价值。我们建立了由上至下的可持续管治架构，从治理层面统筹公司整体可持续发展事务并推动相关目标实现。

## 可持续管治架构

依据集团统筹部署的ESG管理目标和要求，爱茉莉太平洋中国持续完善ESG管理体系。可持续经营委员会是可持续经营的最高决策机构，由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。



## 可持续风险管理

爱茉莉太平洋中国重视ESG风险的识别及管理工作。为有效管控经营过程中的各类风险，公司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。此外，我们亦通过利益相关方的沟通机制及同行风险识别情况分析，完善ESG风险库，同时结合可持续发展工作规划，优化ESG风险的应对措施及预防机制。

## 利益相关方沟通

爱茉莉太平洋中国通过多种渠道积极与各利益相关方进行沟通，与重要利益相关方保持紧密联络，不断提高公司营运的透明度。我们积极了解和回应利益相关方在可持续发展方面的期望和诉求，同时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，并将其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，我们与利益相关方实现良性互动，并持续为其创造可持续价值。

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

### 实质性议题分析

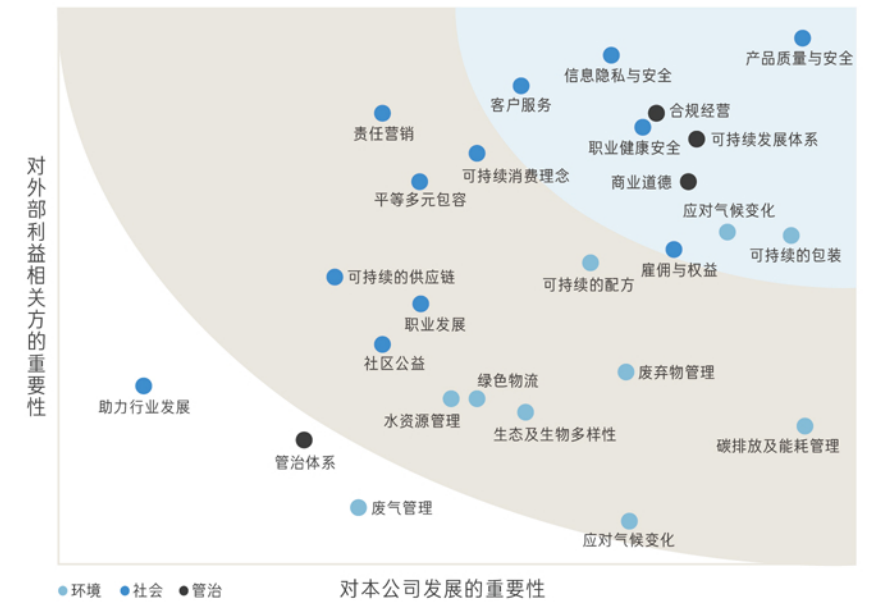
爱茉莉太平洋中国于2021年聘请独立专业机构对内外部利益相关方进行问卷调查（详见下文“2021年实质性议题分析流程”），收集利益相关方意见，并按照议题重要性分析对议题进行优先性排序，为公司完善可持续发展管理提供参考，以期更有效地回应利益相关方的期望和诉求。

2022年，我们持续关注国内外可持续发展监管趋势与市场动态，结合公司发展战略，及时评估、判定各可持续发展议题对于内部及外部利益相关方的重要性，在基于2021年的利益相关方调研结果基础上进行合理调整。本报告期内，我们在“对本公司的的重要性”方面，适度上调“应对气候变化”及“数字化与信息安全”的重要性分数，适度下调“废气管理”的重要性分数；在“对外部利益相关方的重要性”方面，适度上调“应对气候变化”及“生态及生物多样性”的重要性分数。根据上述调整，2022年，“应对气候变化”议题的重要性程度由中度重要变为高度重要，其他议题的重要性程度未发生变化。

### 实质性议题分析流程



爱茉莉太平洋中国2022年重要性议题矩阵



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	平等的多元包容	
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	
应对气候变化	绿色物流	
	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（“公司”、“我们”）已连续发布八份社会责任报告。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2022年1月1日至2022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-ESG 5.0）》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“社会责任报告”栏，您可阅读更多社会责任相关信息或下载报告电子文本。

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

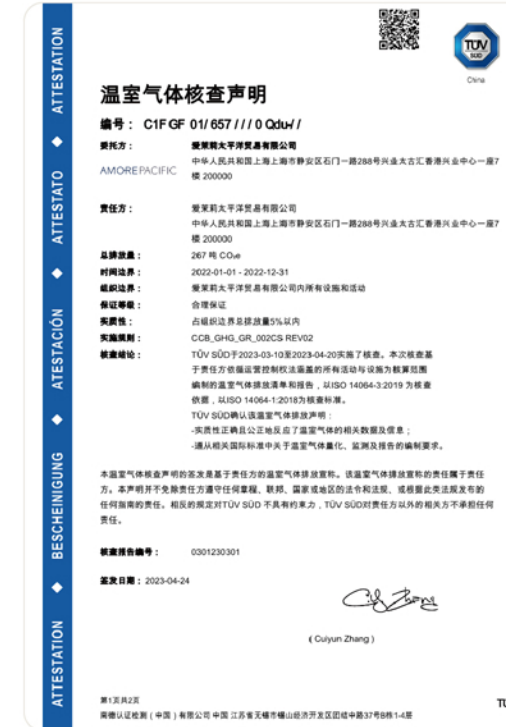
GRI指标序号	GRI指标	报告对应章节
<b>GRI1: 基础</b>		
<b>GRI2: 一般披露</b>		
<b>机构概况及其报告实践</b>		
2-1	组织概况	关于本报告
2-2	组织可持续发展报告中所覆盖的实体	关于本报告
2-3	报告期、频率和联系方式	关于本报告
2-5	外部鉴证	温室气体核查报告
<b>活动及工作者</b>		
2-6	活动、价值链和其他商业关系	强化供应管理 履行绿色采购 促进行业发展
2-7	员工	多元共融，保持“美”的平衡感
<b>管治</b>		
2-9	管理架构和构成	ESG管治体系
2-12	最高管治机构在监督影响管理方面的作用	ESG管治体系
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
<b>战略、政策和实践</b>		
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	凝心聚力，提升“美”的价值感
2-27	遵守法律和法规	诚信透明，共促有序经营
2-28	协会的成员资格	促进行业发展
<b>利益相关方参与</b>		
2-29	利益相关者参与方针	ESG管治体系
<b>GRI 201 经济绩效</b>		
201-1	直接产生和分配的经济价值	我们的可持续发展故事
201-2	气候变化带来的财务影响以及其他风险和机遇	美丽地球，我们的气候行动
<b>GRI 202 市场表现</b>		
202-2	本地雇佣高级管理者的比例	多元共融，保持“美”的平衡感

GRI指标序号	GRI指标	报告对应章节
<b>GRI 204 采购实践</b>		
3-3	实质性议题管理	自然精粹，延续可持续之美 履行绿色采购
204-1	向当地供应商采购支出的比例	履行绿色采购
<b>GRI 205 反腐败</b>		
3-3	实质性议题管理	诚信透明，共促有序经营
205-1	已进行腐败风险评估的运营点	诚信透明，共促有序经营
205-2	反腐败政策和程序的传达及培训	诚信透明，共促有序经营
205-3	经确认的腐败事件和采取的行动	诚信透明，共促有序经营
<b>GRI 206 不当竞争行为</b>		
3-3	实质性议题管理	诚信透明，共促有序经营
206-1	针对不当竞争行为、反托拉斯和反垄断实践的法律诉讼	诚信透明，共促有序经营
<b>GRI 301 物料</b>		
3-3	实质性议题管理	绿色生产，“塑”说可持续
301-1	所用物料的重量或体积	绿色生产，“塑”说可持续
301-2	所使用的回收再利用的物料	绿色生产，“塑”说可持续
301-3	回收产品及其包装材料	绿色生产，“塑”说可持续
<b>GRI 302 能源</b>		
3-3	实质性议题管理	美丽地球，我们的气候行动 绿色生产，“塑”说可持续
302-1	组织内部的能源消耗量	绿色生产，“塑”说可持续
302-3	能源强度	绿色生产，“塑”说可持续
<b>GRI 303 水资源与污水</b>		
3-3	实质性议题管理	绿色生产，“塑”说可持续
303-2	管理与排水相关的影响	绿色生产，“塑”说可持续
303-4	排水	绿色生产，“塑”说可持续
303-5	耗水	绿色生产，“塑”说可持续
<b>GRI 304 生物多样性</b>		
3-3	实质性议题管理	尊重自然，聚焦生物多样性
<b>GRI 305 排放</b>		
3-3	实质性议题管理	美丽地球，我们的气候行动 绿色生产，“塑”说可持续

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	美丽地球，我们的气候行动
305-2	能源间接（范畴 2）温室气体排放	美丽地球，我们的气候行动
305-4	温室气体排放强度	美丽地球，我们的气候行动
305-7	氮氧化物（NOX）、硫氧化物（SOX）和其他重大气体排放	绿色生产，“塑”说可持续
<b>GRI 306 废弃物</b>		
3-3	实质性议题管理	绿色生产，“塑”说可持续
306-1	废弃物的产生及废弃物相关重大影响	绿色生产，“塑”说可持续
306-2	废弃物相关重大影响的管理	绿色生产，“塑”说可持续
306-3	产生的废弃物	绿色生产，“塑”说可持续
<b>GRI 308 供应商环境评估</b>		
3-3	实质性议题管理	强化供应管理
308-1	使用环境标准筛选的新供应商	强化供应管理
308-2	供应链对环境的负面影响以及采取的行动	强化供应管理
<b>GRI 401 雇佣</b>		
3-3	实质性议题管理	多元共融，保持“美”的平衡感
401-2	提供给全职员工（不包括临时或兼职员工）的福利	凝心聚力，提升“美”的价值感
401-3	育婴假	凝心聚力，提升“美”的价值感
<b>GRI 403 职业健康与安全</b>		
3-3	实质性议题管理	员工健康，保障“美”的安全感
403-1	职业健康安全管理体系	员工健康，保障“美”的安全感
403-2	危害识别、风险评估和事件调查	员工健康，保障“美”的安全感
403-3	职业健康服务	员工健康，保障“美”的安全感
403-5	工作者职业健康安全培训	员工健康，保障“美”的安全感
403-6	促进工作者健康	员工健康，保障“美”的安全感
403-8	职业健康安全管理体系适用的工作者	员工健康，保障“美”的安全感
403-9	工伤	员工健康，保障“美”的安全感
403-10	工作相关的健康问题	员工健康，保障“美”的安全感
<b>GRI 404 培训与教育</b>		
3-3	实质性议题管理	职业发展，激发“美”的专业感
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”的专业感

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”的专业感
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”的专业感
GRI 405 多元化与平等机会		
3-3	实质性议题管理	多元共融，保持“美”的平衡感
405-1	管治机构与员工的多元化	多元共融，保持“美”的平衡感
GRI 406 反歧视		
3-3	实质性议题管理	多元共融，保持“美”的平衡感
406-1	歧视事件及采取的纠正行动	多元共融，保持“美”的平衡感
GRI 408 童工		
3-3	实质性议题管理	多元共融，保持“美”的平衡感
408-1	具有重大童工事件风险的运营点和供应商	多元共融，保持“美”的平衡感
GRI 409 强迫或强制劳动		
3-3	实质性议题管理	多元共融，保持“美”的平衡感
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，保持“美”的平衡感
GRI 414 供应商社会评估		
3-3	实质性议题管理	强化供应管理
414-1	使用社会标准筛选的新供应商	强化供应管理
414-2	供应链对社会的负面影响以及采取的行动	强化供应管理
GRI 416 客户健康与安全		
3-3	实质性议题管理	安心无忧，呵护健康之美
416-1	对产品和服务类别的健康与安全影响的评估	安心无忧，呵护健康之美
416-2	涉及产品和服务的健康与安全影响的违规事件	安心无忧，呵护健康之美
GRI 417 营销与标识		
3-3	实质性议题管理	安心无忧，呵护健康之美
417-1	对产品和服务信息与标识的要求	安心无忧，呵护健康之美
417-2	涉及产品和服务信息与标识的违规事件	安心无忧，呵护健康之美
417-3	涉及市场营销的违规事件	安心无忧，呵护健康之美
GRI 418 客户隐私		
3-3	实质性议题管理	诚信透明，共促有序经营
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	诚信透明，共促有序经营

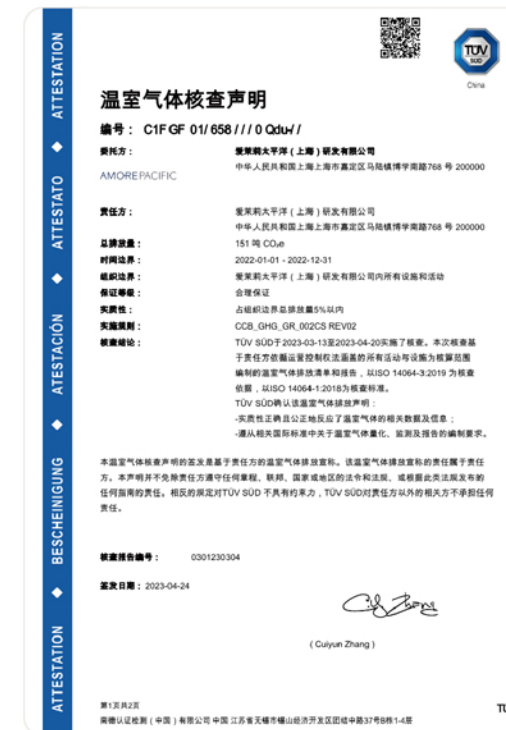
## 温室气体核查报告



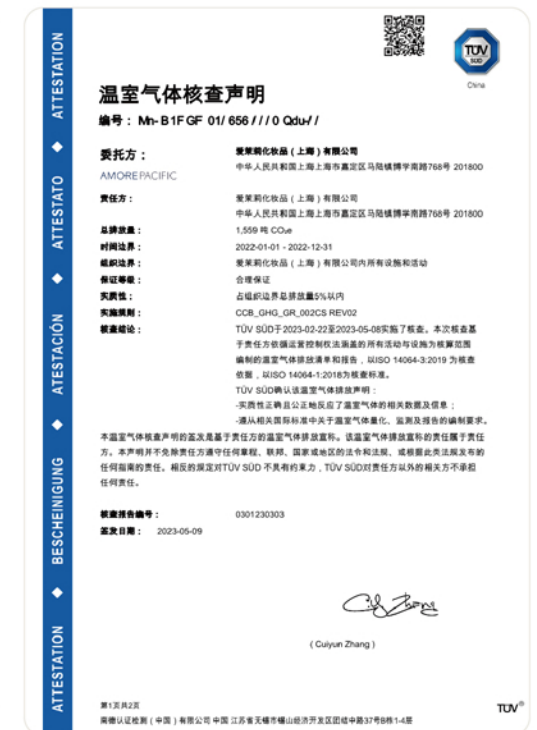
爱茉莉太平洋中国地区总部办公室温室气体核查声明报告



爱茉莉太平洋中国物流中心温室气体核查声明报告



爱茉莉太平洋中国研发中心温室气体核查报告声明



爱茉莉太平洋中国美丽田园生产场所温室气体核查声明



## 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、孙连皓、JEONGHWA OH（集团）、刘斯思、邹伊梦、刘思雨、计晓文、张珩、傅璐敏、MYUNGHWA LEE（集团）、YOUNG KYU OH（集团）、SEONJIN HA（集团）、YUNA HWANG（集团）、HAENGJIN LEE（集团）、曹肯铉、金大勋、张艳璐、刘冬梅、刘琼、吕溪、朴俊浩、陶蓉蓉、李洪光、李闰夏、孙叶、姜敬和、王洁、郑李娜、黄佳玮、苏旻昱、崔红花、张建翹、冯晓路、江雪、王妍、陈雅、张弼弘、张智英、王明远、谢俊、陈海蕾、俞隆臻、余雨、蒋琦、徐佳辰、张智彬、王思雨、朴茶惠、何佳音、尹炯镐、文婧丽、董乐、方珏、张涛、王雨果、李承昱、郭馨怡、杨天舒、唐婕、金志守、郁晓辰、李始衡、徐媛媛、张文斌、申铉书、太梅花、顾明、任革、秦艳、王莉萍、陆凌霄、金在炫、蔡文虎、林森、康欣淳、赵霞、徐蔚、李東勳、李楠楠