

A MORE
BEAUTIFUL
WORLD

创造一个更美丽的世界

创造

一个

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

2023

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

匠心星品，美之启程

我们的可持续未来

Chapter 1

汇智创新，聚焦美的自然影响力

16 研发创新，赋予全新体验

20 专研配方，守护自然安全

Chapter 2

数智转型，焕新美的便捷体验感

26 数字引领，建立消费者新链接

28 数字信任，与相关方共享价值

Chapter 3

品质优先，与顾客共享美丽

32 精进安全与品质

34 顾客服务与体验

38 产品可持续设计

39 倡导可持续消费

Chapter 4

绿色行动，与自然和谐共生

44 气候行动，美丽妆园净零之旅

49 限塑减废，助力循环经济

52 节水降耗，资源可持续管理

54 生态保护，关注生物多样性

Chapter 5

友爱兼程，与社会携手同行

58 关怀青年群体

62 赋能生态伙伴

Chapter 6

多元包容，与员工相依并进

66 兼容并蓄的工作环境

71 共同成长的企业文化

73 安全健康的生产平台

Chapter 7

可持续发展管治

78 我们的可持续发展管理

82 可持续供应链管理

85 合规经营与商业道德

附录

88 关于本报告

89 GRI指标

93 温室气体核查报告

95 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：

在过去的78年间，爱茉莉太平洋集团秉持“铸就美丽世界”的使命，不懈努力，持续满足顾客需求和全球期待，向世界展示引领时代之美，为人类社会开辟美丽未来。自1993年宣布涵盖品质、服务、环境的“无限责任主义”以来，30多年后的今天，我们依然在不断向更可持续的未来发起新的冲刺。

在“2030可持续发展五大承诺（2030 A MORE Beautiful Promise）”的宏伟目标下，爱茉莉太平洋集团致力于“与顾客、社会同行”、“与自然和谐共生”，于去年荣获RE100领导力奖，关于气候危机的前瞻性应对成果也获得了国际认可，同时通过开展减塑活动切实促进了顾客的可持续消费。

当今时代瞬息万变，充满不确定性。爱茉莉太平洋集团将顺应世界潮流，充分发挥自我变化的动态力量，创造为时代做出贡献的品牌价值。我们将心怀责任感，铭记企业活动对环境和社会的影响，不断提升集团在气候危机应对及资源循环利用领域的领导力，积极参与并加速践行联合国契约组织（UN Global Compact）十大原则和联合国2030可持续发展目标（UN Sustainable Development Goals）。

即使在快速变化的环境当中，爱茉莉太平洋集团仍然秉承“以美丽和健康造福于人类”的创业精神。集团全体员工将不断思考我们在新世界中的角色和作用，持续扩散美丽所蕴含的积极能量。请大家多多关注和支持。

爱茉莉太平洋董事长
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：

2023年是爱茉莉太平洋进入中国市场的第31年。公司始终秉持“Live Your New Beauty”的企业愿景，将可持续发展融入负责任制造、创新产品、供应链管理、人力发展等多个运营环节。我们守正创新，在企业发展的同时，谋求对自然与社会价值的持续贡献。

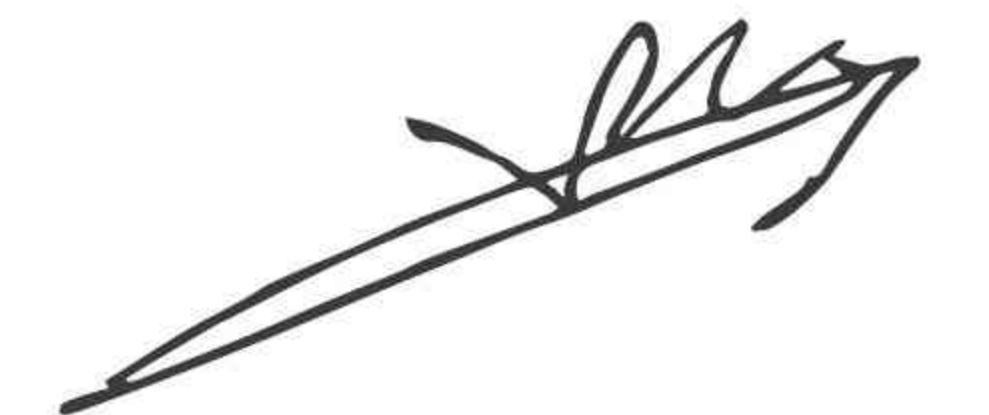
公司各品牌积极开展可持续产品规划，通过研发以及技术创新，积极探索引入替换装、使用可再生塑料、优化包装减塑设计、二次利用回收空瓶等循环举措，持续提升可持续产品占比，竭力降低产品碳足迹，在可持续消费领域中发挥正面影响力。此外，公司重视产品的环境友好属性，已明确RSPO认证棕榈油的使用标准，并于2023年实现90%棕榈油使用经RSPO认证的目标，从而减少对生物多样性和生态系统产生的潜在负面影响。作为加入SBTi、RE100等多项国际环境倡议的企业，爱茉莉太平洋持续投入应对气候变化、提高可再生电力使用的工作中。2023年，我们在生产、研发、物流、办公室运营环节的电力使用已实现100%来源于可再生能源。

员工是企业长效发展的基石，我们始终将人才视为公司最宝贵的核心竞争力。公司尊重包容和多元开放的企业文化，营造有利于所有员工尽展个人潜能的共融工作环境。我们立足于公司的长远发展，开展多项人才吸纳项目及针对不同需求与岗位的培训项目，持续建设企业人才队伍。

履行社会责任是爱茉莉太平洋中国可持续发展进程中的重要环节。公司在2023年继续聚焦当代青年群体心理健康需求，升级“AMORE能量青年”项目，在线上及线下活动中吸引约10,000人次参与，为青年传递心灵能量。

可持续之旅，我们步履不停。展望未来，公司将坚持“以顾客为中心”的理念，持续提高产品的可持续性，同时准确回应中国消费者需求，提升产品体验。我们将一如既往坚定可持续发展战略与目标，与顾客、社会同行，与自然和谐共生。

爱茉莉太平洋中国总裁
朴泰镐



匠心星品，美之启程

Sulwhasoo

LANEIGE

innisfree

Mamonde

RYO

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

LANEIGE

2002年9月兰芝品牌进驻上海从而开始在中国的美丽事业。自品牌创立伊始，兰芝以创新的补水产品引领市场潮流，持续打造年轻高功效产品。全新品牌理念“OPEN TO WONDER 奇想点亮前沿之美”作为打响全球化品牌焕新升级第一弹，以“奇想”打开思路激发无限可能性，背靠近30年的科技创新、钻研不止，持续不断探索肌肤问题，以专业的科研能力和成分提供解决方案。

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自然高功效的美妆品牌，自2000年创立以来，始终坚持绿色环保的真善之美。探索自然功效成分，精研高效且温和的美肤产品，以环境友好产品延续自然之美；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功效、自然、创造肌肤之美的品牌。

www.innisfree.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



RYO

吕是韩国的专业防脱及头皮护理品牌，专研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，帮助每一位消费者展现健康秀发的生命力。

www.ryohair.com.cn



mise en scène 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

我们的可持续未来

爱茉莉太平洋坚信“美”拥有改变世界的力量，秉持“铸就美丽世界”的使命，始终以顾客为中心，不断为顾客提供美的最新体验。我们潜心科研，在“寻美”之路上步履前行，努力兑现对世界的承诺，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、使命及原则

爱茉莉太平洋拥抱世界上存在的所有美好，尊重彼此的差异与特色，并在此基础上与利益相关方协力合作、携手同行。我们在追求实现“New Beauty”梦想的道路上不断延申对“美”的定义、拓展美的范围边界，努力帮助顾客解锁属于自己的美丽价值。

爱茉莉太平洋三大战略

- 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

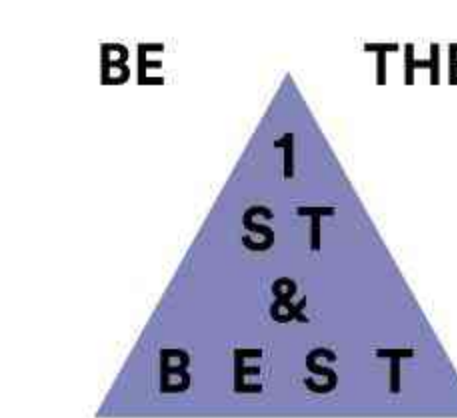
爱茉莉太平洋使命 (Mission) 铸就美丽世界 We make A MORE beautiful world

爱茉莉太平洋愿景 (Vision) Live Your New Beauty

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

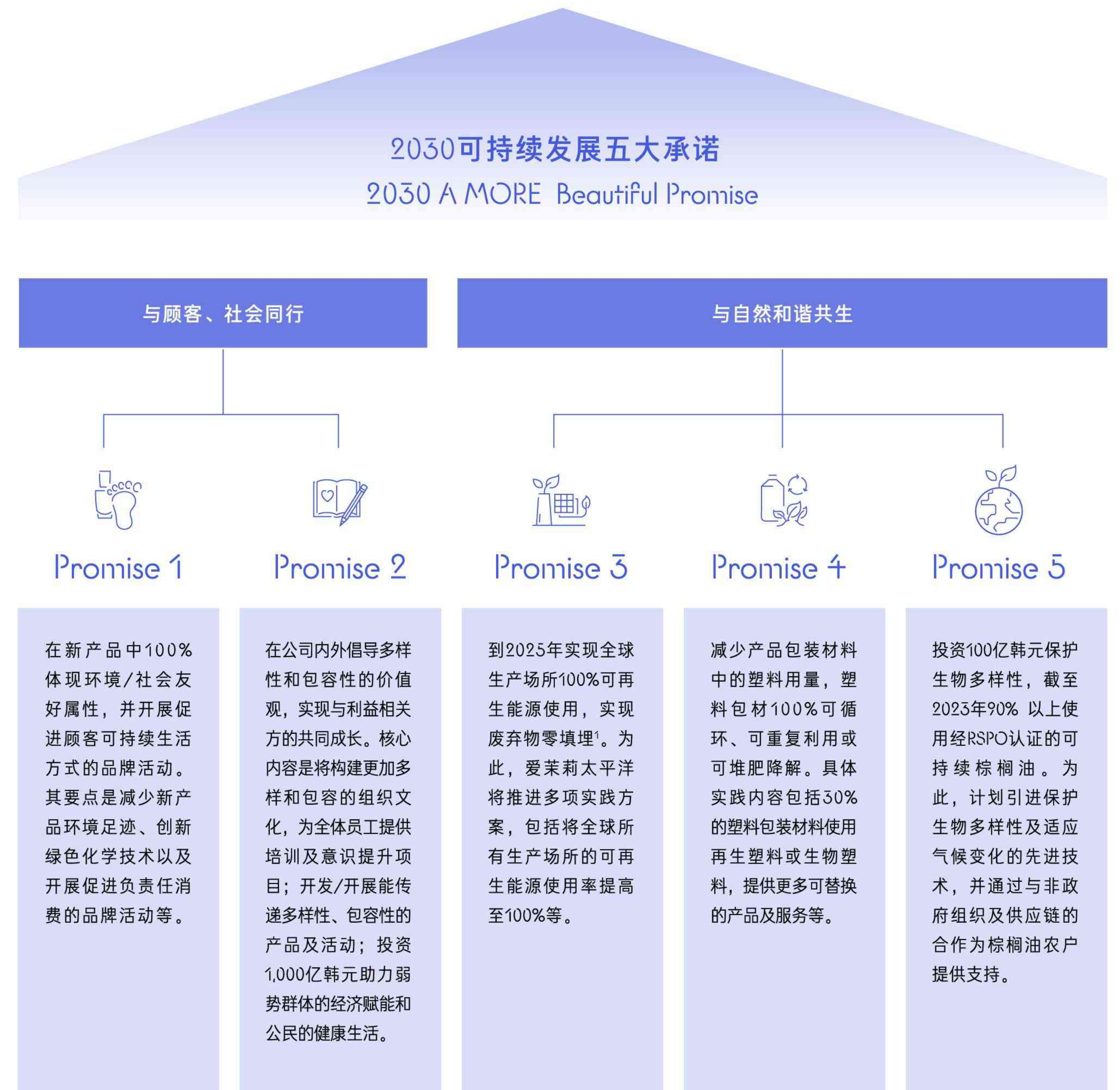
支持联合国 可持续发展目标

作为负责任的全球企业，集团坚定支持联合国可持续发展目标（SDGs），积极推动所有人实现更美好与更可持续的未来。集团结合行业特性与自身优势，围绕可持续产品、社会公益、环境友好、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。公司参与并助力使集团承诺落地中国，以切实行动帮助所有人从New Beauty中汲取灵感，找到属于自己的美，享受健康且可持续的生活。



全球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，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），并围绕这两大目标与五大承诺，持续推出绿色低碳产品，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。



¹根据SBTi净零标准，全球生产基地的2030年碳中和目标（包括范围1和范围2排放）正在变更为包括范围3排放的目标，碳中和目标将在日后公布。

2030年 爱茉莉太平洋中国 可持续发展进程

2023年可持续发展亮点概览

Promise 1

- 追求绿色自然的产品，可再生原料使用占比达72%，较上一年度显著提升
- 雪花秀品牌在减少塑料使用、提升包装可持续性、致力于循环经济三大方面设立2030年环境目标
- 兰芝新水酷系列全品类获水足迹认证，且包装100%使用FSC认证纸张
- 悦诗风吟绿茶籽透明质酸肌底精华露（水嫩小绿瓶）获“纯净美妆”认证
- 梦妆纯净彩妆系列产品天然来源原料成分超50%

Promise 2

- 高级管理层女性占比50%
- 2023年未发生重大安全隐患
- AMORE能量青年使约10,000名高校学生受益

Promise 3

- 爱茉莉上海美丽妆园生产场所、研发、物流及中国区办公室已实现100%可再生电力使用
- 废弃物回收再利用率达59.82%，连续3年提升

Promise 4

- 旗下品牌在产品上新环节中致力于提供可替换包装设计
- 近65%的产品包装材料为可再生材质（以件数为计）
- 通过使用环保型购物袋及无覆膜礼盒，共减少塑料使用量4.36万吨

Promise 5

- 产品中RSPO认证棕榈油使用量占比约90%，较上一报告期显著提升（2022年为34.66%）

2023年 可持续发展荣誉

- 1 嘉定区评选“综合实力百强企业”
- 2 嘉定区评选“现代服务业50强企业”
- 3 马陆镇评选“综合实力十强企业”（金马奖）
- 4 马陆镇评选“现代服务业20强”
- 5 上海日报“2023年卓越企业治理奖”
- 6 上海Bang“绿色影响力推行企业”
- 7 上海“美丽妆园”、兰芝新水酷透明质酸修护乳霜（小蓝盾面霜）、悦诗风吟胶原多肽绿茶神经酰胺塑弹霜（嘟嘟霜）荣获WWD“Sustain100可持续创意榜单”
- 8 可持续发展经济导刊“社会责任优秀企业案例奖”
- 9 GOGOShanghai“年度可持续新风尚企业”
- 10 2023上海国际美妆节特别贡献奖
- 11 中国数字媒体大奖“Best Use of MarTech”铜奖奖项



Chapter 1

汇智创新

聚焦美的自然影响力

爱茉莉太平洋坚持走“科技领先”之路，
勇于创新，以无限热情投入顾客之美的研发中。

我们深入洞察顾客需求与市场趋势，

借助大自然的原理与植物精粹，

以专研技术创造优质产品，

为顾客提供具备强功效性与安全性的产品，

赋予美丽与可持续的双重创新体验。



16 研发创新，赋予全新体验

20 专研配方，守护自然安全

研发创新， 赋予全新体验

科技赋能

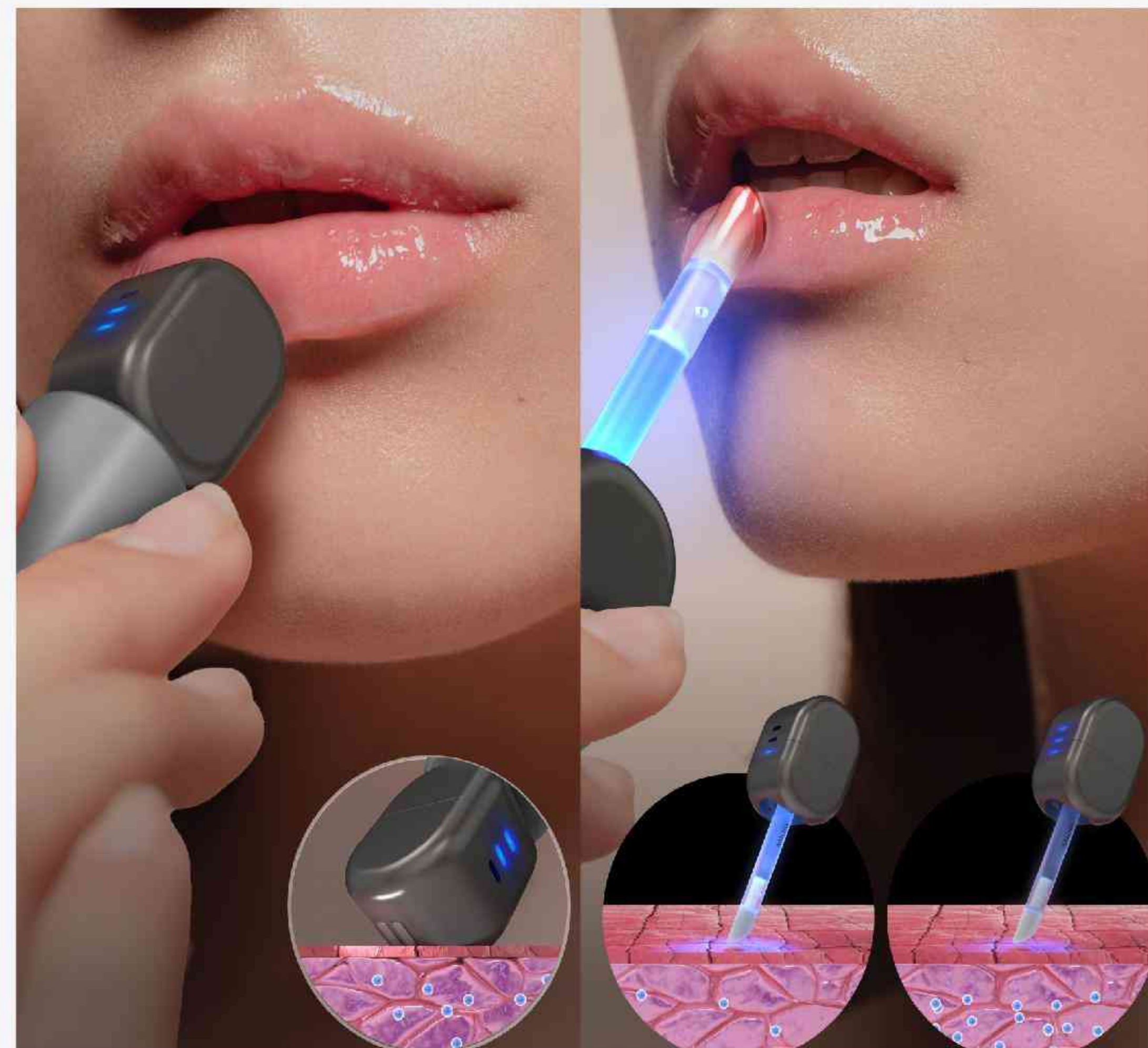
作为“美之创造者”，爱茉莉太平洋用科技诠释可持续之美，以具有代表性的创新技术，持续探索美丽新境界。我们将科技创新贯穿至从研发到销售的整个产品生命周期，为消费者营造“美妆科技”新体验。

公司不断丰富研发端的科技应用场景，应用TIUMNET平台以审核原料并管理实验数据。在此平台基础上，我们开发化妆品安全评估报告（CPSR）系统以评估化学品安全，从而提高产品安全评估的智能化与准确性。该系统能够在产品配方导入后，根据《化妆品安全技术规范》、权威机构（包括联合国粮农组织（FAO）、世界卫生组织（WHO）、美国化妆品原料评价委员会（CIR）等）评估结论以及大量内部实验数据对配方进行安全性评估，从研发源头确保产品安全。同时，CPSR系统连接包括产品理化、配方管理、评估系统、风险物质识别和评估、防腐试验、产品稳定性、产品相容性等子系统，打通数字化研发流程，提升研发协同性。

爱茉莉太平洋以消费者的定制需求为己任，致力于将人工智能与顾客定制化需求紧密结合，将科技力量具象至产品应用层，使消费者收获更具技术感的美妆新体验。至此，爱茉莉太平洋已连续五年荣获国际消费类电子产品展览会（CES）创新奖。

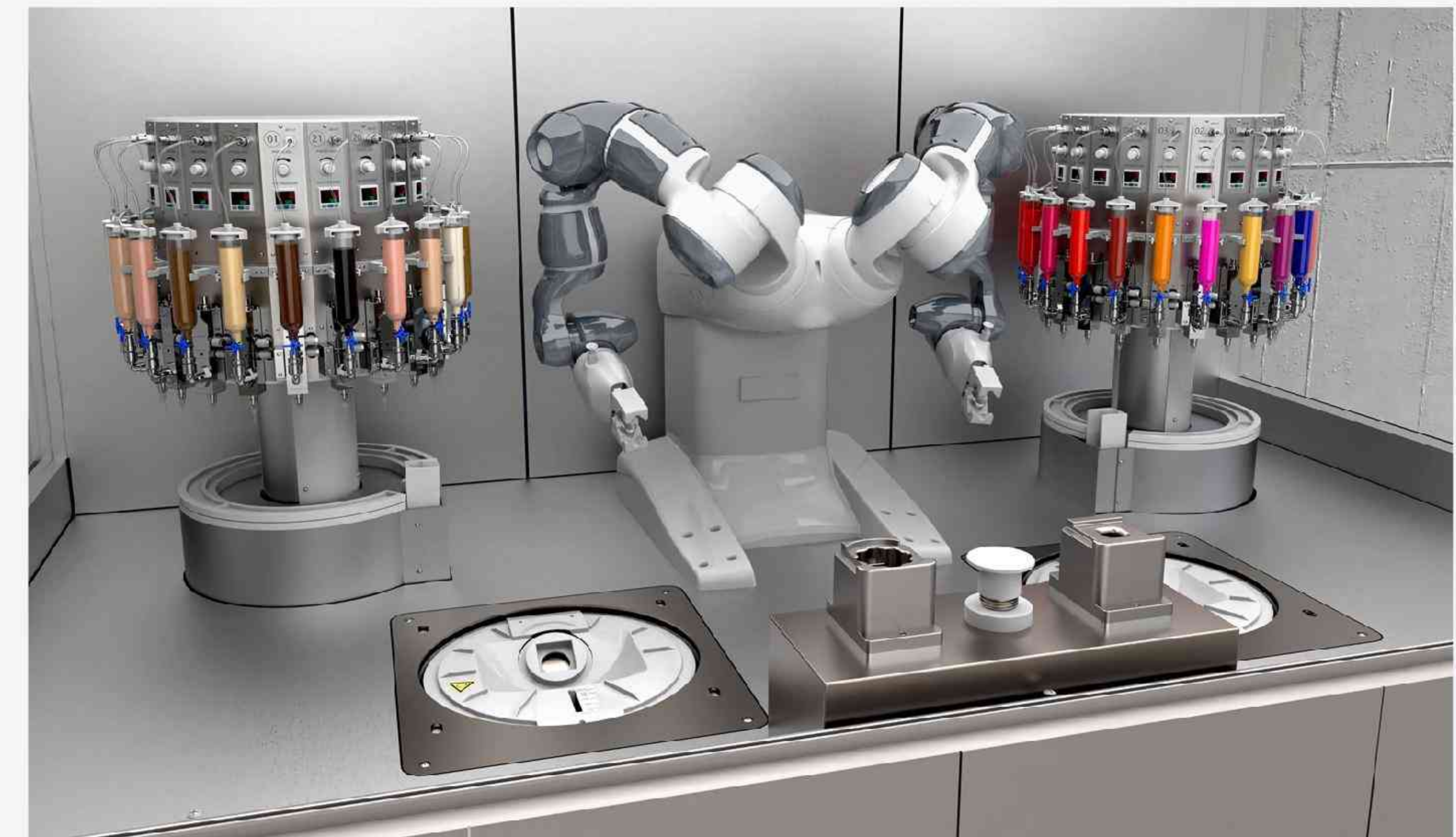
案例：新概念美容技术设备“Lipcure Beam”荣获CES 2024创新奖

2023年，爱茉莉太平洋凭借新概念美容技术设备“Lipcure Beam”获得CES 2024数字健康（Digital Health）单元奖项，该设备可实现唇部诊断、护理及彩妆的全部需求。“Lipcure Beam”盖子顶部内置精密传感器，可在接触使用者双唇时立刻检测获得唇部的水分状态并显示诊断结果。同时，当使用者将盖子与容器分离，设备即可成为彩妆工具。根据诊断结果，刷头状涂抹装置会发出显示使用者唇部水分状态的指示灯光，协助护理唇部。



案例：“肤色艺术家”，结合人工智能技术打造肤色定制化产品

随着美妆消费群体日渐扩大，消费者对产品的个性化要求持续提升，定制化肤色、肤质等产品成为美妆新趋势。集团研发“肤色艺术家”（Authentic Color Master by TONEWORK）系统，依靠人工智能（AI）和机械臂实现定制型彩妆智能制造。此系统可利用人工智能算法精密检测人脸肤色，再利用机械臂制作定制型粉底液、气垫或唇妆产品。通过面部识别技术和色彩学研究数据，“肤色艺术家”可为消费者提供最为适宜的定制型产品色号。该项技术已在第五届中国国际进口博览会成功亮相，为中国消费者提供个性化美妆新体验。



案例：专研微流体渠道技术，前沿黑科技“美容芯片”提升消费者体验

“美容芯片”（COSMECHIP）是一款通过插入含有功效成分的活力片制作定制型护肤品的机器。采用爱茉莉太平洋开发的微流体渠道技术，“美容芯片”仅使用少量水即可均匀组合功效成分，帮助消费者及时应对不断变化的皮肤问题。此外，“美容芯片”通过将多种皮肤功效成分无水处理，能够实现长时间稳定保存，配合普通家庭饮用水即可使用，十分便捷。该设备使消费者得以更快捷、更安全地享受高功效产品，提升消费者护肤体验。



案例：微射流技术——微脂囊包裹亲肤易吸收

实验表明，植萃类胶原抗老效果明显优于动物胶原和重组胶原，且具备后者不具有的抗氧化功效。为确保植萃类胶原成分有效作用于肌肤，我们在悦诗风吟胶原多肽绿茶神经酰胺弹霜（嘭嘭霜）核心原料植萃类胶原微囊的生产中应用先进的微射流工艺，将酶解分子化的植萃类胶原包裹进纳米胶囊中进行脂质体化，形成脂质体包裹植萃类胶原。脂质体包裹植萃类胶原分子量仅476道尔顿，约为毛孔大小的1/1500，更易被皮肤吸收。该技术利用先进的护肤科技，打造更高效和更易吸收的产品特性，为消费者提供高效且安全的美肤解决方案。



消费者需求洞察

公司深耕中国市场多年，始终悉心聆听中国消费者声音，持续提高本土化产品研发能力，为中国消费者提供更丰富多元的优质产品和服务。报告期内，我们开展包括大数据挖掘、消费者问卷调研、深度访谈在内的46项消费者研究项目，以充分了解中国消费者需求及中国市场趋势，为产品研发储能蓄力。

案例：数据分析，挖掘本土消费者美妆趋势

为了解中国消费者潜在需求，公司收集并整合外部电商平台和社交媒体信息，挖掘中国消费者美妆趋势，捕获未被满足的美妆需求。我们将消费者洞察结论，转化为实际的开发方向并积极运用到产品中，从而实现回应消费者“美”的需求。

案例：精准捕获下沉市场Z世代群体需求

中国有超过七成的人口来自三线及以下城市，即下沉市场。相对于一二线城市，下沉市场消费者有着自身独特的化妆品消费习惯与使用场景。为精准捕获下沉市场消费者需求，持续进行产品创新，优化下沉市场品牌粘性，我们以线上调研形式，选择三四线城市与一线城市共1,500个有效样本，将下沉市场与一线城市的Z世代群体进行认知与行为对比，深度了解下沉市场主要消费者潜在需求，为后续产品布局规划提供策略参考。

1,500↑



选择三四线城市与一线城市共1,500个有效样本

案例：多元化场景调研，全面解锁消费新需求

为更加全面地了解消费者需求与体验，除聚焦消费者日常生活和工作场景外，我们有针对性地探索更加细分场景下的消费者美妆需求，寻求创新潜力。报告期内，公司针对高温天气下的消费者需求开展线上调研，以国内重点销售区域为基础，选取不同地区覆盖超一线和新一线的四个典型城市，深入了解消费者在高温天气下选择化妆品时的要求与考量。我们通过调研共收集到有效样本800个，以此挖掘应对高温天气的产品需求和市场机会，助力产品持续优化。此外，公司亦关注寒冷天气、潮湿天气等多元化场景下的消费者需求，并为其提供与场景需求相适应的产品方案。

800↑



选择超一线和新一线调研共收集到有效样本800个

本土化配方带来全新体验

凭借深厚的研发实力，爱茉莉太平洋坚持“以顾客为中心”的理念，积极响应中国消费者日益变化的需求，为本土顾客量身定制创新产品。集团在中国建立的爱茉莉太平洋（上海）研究所是重要的全球研发基地之一，将开发紧贴中国顾客需求的产品作为主要目标，在集团产品基础上实现本地化调整，并持续推出新配方。

案例：吕——产品升级，坚持做头皮护理专家

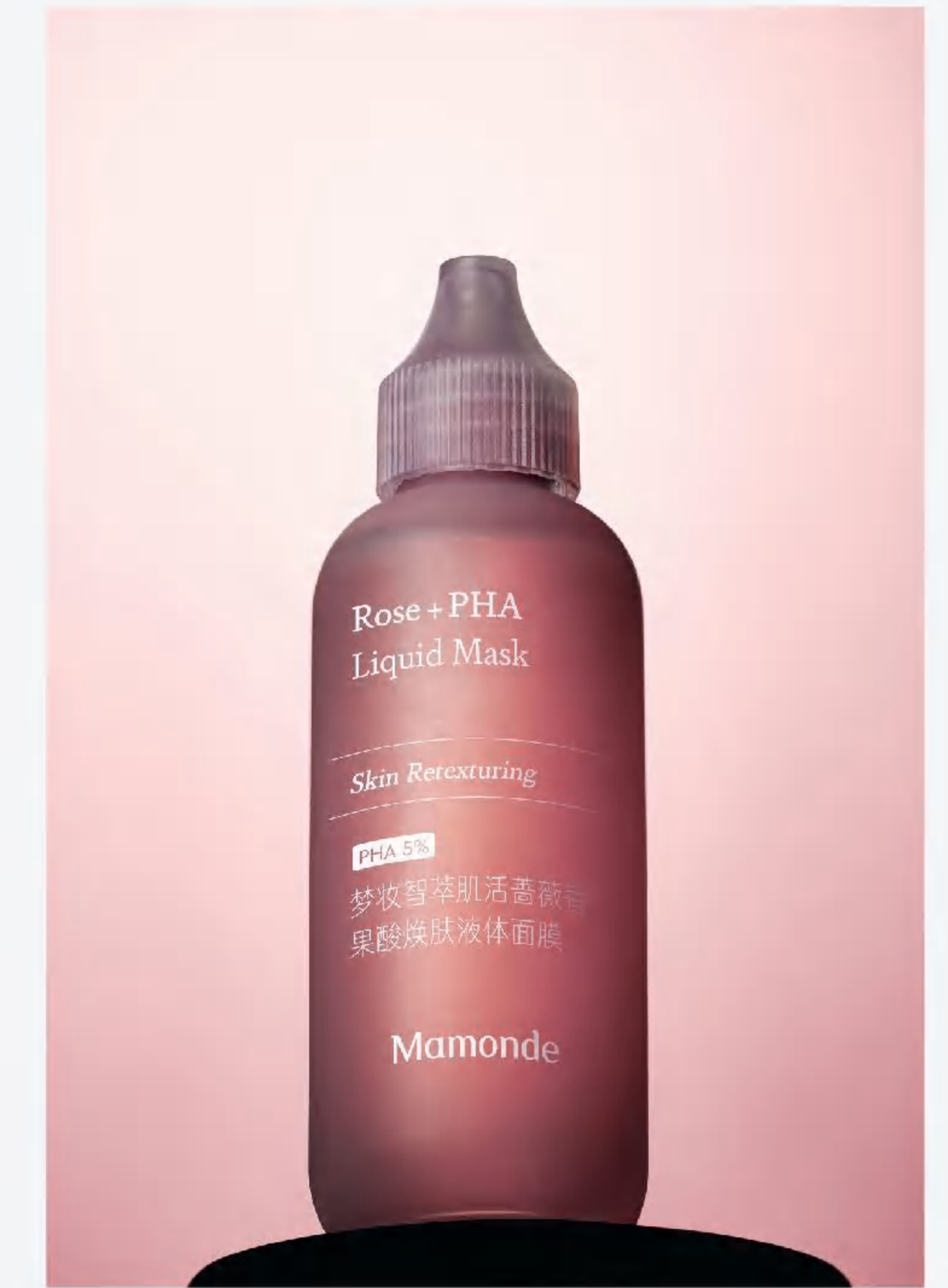
随着颜值经济的发展，美发经济开始崛起。吕作为头皮护理专家，洞悉亚洲消费者头皮护理诉求的变化，不断优化产品配方，给予消费者“美的新体验”。2023年，吕品牌黑润生气系列全线升级为秀发基础护理系列，新增3G-active三重头皮赋活成分，为中国消费者关注的五大头皮或头发问题提供更优解决方案。其中，吕玻尿酸水光蓬弹洗发水/护发素采用专研水光弹保湿因子，护肤级5H多分子玻尿酸和仙人掌植萃精华成分，让发根喝饱水，赋予发丝水光弹力，轻松实现蓬弹高颅顶效果，同时带给头发头皮双重保湿力。

为进一步确认产品与顾客需求的匹配程度，我们就秀发基础护理系列新产品与现有产品进行比较，在产品概念、包装等方面开展消费者调研，并根据调研结果进行改善。



案例：调整产品配方浓度，梦妆“小奶瓶”液体面膜调理中国消费者肌肤

介于不同地区消费者护肤习惯的差异性，在产品引入中国市场前，公司邀请专业美妆人员对韩国“小奶瓶”配方、包装、使用感进行评测，发现中国消费者更倾向清爽的产品质地，因此决定为中国消费者调整浓度。我们共开发5种质地的配方并开展内部测评，最终选定兼顾消费者接受度与产品效果的配方呈现给中国顾客，帮助顾客调理角质代谢，解锁细腻光泽肌肤。



专研配方， 守护自然安全

可持续的生活方式离不开对“自然之美”的追求。我们深刻理解顾客对产品配方安全性、功效性的关注，在产品研发之初即遵循配方可持续理念，将自然原料与功效成分相结合，辅以专研技术加成，让消费者在享受产品功效的同时使用无忧。

专研成分

爱茉莉太平洋潜心研发，希望通过成分研发与技术改进，为消费者提供更优质的使用效果和体验。截至报告期末，我们多项产品及技术已获中韩多项专利认证。

案例：独家专利参萃Ginsenosomics™——促胶原，深修护，焕新肌

研究发现，人参皂苷Compound K成分在皮肤抗炎性衰老方面成效显著。雪花秀围绕“人参参美”持续探索，甄选30多种人参皂苷，结合集团自主开发的专利生物转化技术，将每1000克新鲜人参中仅能提取1克的人参皂苷Compound K浓缩6000倍，成功研发独家专利参萃Ginsenosomics™，为肌肤保驾护航。该项专利被应用于雪花秀御时紧颜参养系列产品，凭借高浓度的功效成分，实现48小时促生胶原，深彻修护，焕活紧致肌肤。



案例：绿茶功效新突破，赋能产品补水力

自开辟第一片茶园以来，爱茉莉太平洋对绿茶的培育和研发从未停止，已从超过3,300多种绿茶品种中严格筛选出20多个高品质品种并不断栽培获得新一代“水嫩绿茶”。与普通绿茶相比，“水嫩绿茶”的氨基酸含量高1.4倍，茶氨酸含量多1.67倍。

利用生粹提取双重工艺，即采用酶提取的植物原生质体分离技术，集团从“水嫩绿茶”中提取出含有更多活性成分的生绿水，使得总氨基酸含量提升至3.5倍，且富含16种补水保湿效果显著的氨基酸成分。此外，集团发现绿茶乳酸菌来源的类外泌体具有强大的微生物调节和抗炎能力，并开发专利成分绿茶乳酸菌精粹。上述两项成果应用于悦诗风吟绿茶籽透明质酸肌底精华露（水嫩小绿瓶）中，在为肌肤补水保湿的同时，有效维稳肌肤屏障、舒缓敏感肌肤。



案例：黑参精粹保护皮肤屏障

爱茉莉太平洋研究发现，EGR3基因是表皮颗粒层独有的一种转录因子，是调控皮肤屏障形成的关键基因。集团希望通过增强EGR3基因的表达，提升皮肤健康屏障的修复和维护能力。在此基础上，基于多年的人参研究经验和数据挖掘技术，集团发现在严格工艺条件下发酵、提取出的黑参，即黑参精粹，能够最大化加强肌肤屏障因子EGR3被激活的能力，塑造健康肌肤。该项专利成分—黑参精粹被用于雪花秀第六代润致焕活肌底精华液，助力使用者焕活肌肤原生能量。



案例：专利睡眠精粹微囊Sleep Capsule™ 结合独家天然香料，呵护夜间肌肤

为补充皮肤脂质，改善因熬夜导致的肌肤问题，公司研发专利睡眠精粹微囊Sleep Capsule™，利用每颗睡眠精粹微囊中所含的仿生脂质，有效补充皮肤脂质，缔造保湿屏障。同时，集团研发独家专利香气，运用天然香料营造愉悦氛围，引导舒适睡眠，令肌肤在夜间“黄金”时间吸收产品精华成分，唤醒活力肌肤。两项专利加成下，兰芝胶原多肽紧颜睡眠面膜（夜猫紫睡眠面膜）以高效成分和高密度睡眠精粹微囊，为“夜猫子”提供专属肌肤问题解决方案。



纯净美妆

近年来，在健康自然、环保理念受到推崇的背景下，自然高功效的纯净美妆成为当下护肤市场的热门趋势，天然成分、亲肤有效的纯净产品已吸引更多消费者的目光。爱茉莉太平洋洞察消费者对自然高功效的纯净美妆的进阶需求，致力于为消费者提供具有纯净自然能量的产品。

案例：从纯净护肤到纯净彩妆——梦妆打破边界创造纯净之美

梦妆以传统花植成分为基础，不断打破边界持续创新。2023年，梦妆将纯净美妆理念从护肤延伸至彩妆，上线纯净彩妆系列，以天然能量赋予肌肤美的力量。梦妆纯净彩妆产品巧用植物特性替代化学成分，实现天然来源原料成分超50%，同时升级9Free绿色配方，无动物性原料、无酒精、无香精、无滑石粉等，减少肌肤负担。此外，纯净彩妆产品均通过斑贴测试并获得温和宣称，所有肤质均可使用。

超50%

实现天然来源原料成分



1 梦妆轻雾丝绒粉底液

应用大米提取物、赤松叶提取物及菖蒲根提取物



2 梦妆遮瑕修容霜

内含橄榄油、积雪草提取物及赤芝提取物等



3 梦妆棉花糖丝柔蜜粉

利用玉米淀粉代替滑石粉，让毛孔自由畅快呼吸

案例：悦诗风吟探索自然高功效美妆

悦诗风吟立足科技高功效赛道，在科技加持基础上，打造自然高功效美妆。品牌坚持“亲肤、自然、环保、友好，兼具科技和高功效”原则，致力于开发具备自然能量的功效产品。品牌产品坚持纯净高功效理念，水嫩小绿瓶通过SGS机构在性能、功效、特质、耐用四大方面的高标准检测，成功获得机构颁发的“纯净美妆”认证。



知识产权保护

公司重视研发成果保护，对任何侵权、欺骗消费者的行为零容忍。自2018年起，集团应用知识产权数字化系统管理相关事项，对集团范围内知识产权管理、咨询、纠纷案件等进行归档分析。

案例：爱茉莉太平洋多策并举减少产品被侵权风险，保护消费者权益



为减少假冒产品在市面上的流通，降低假货对品牌产生的负面影响，报告期内，公司走访深圳、郑州的几家大型化妆品市场，调查兰芝品牌产品销售情况，预防假冒产品流入市场。



互联网时代，越来越多的消费者选择线上平台购物，线上店铺众多也衍生出了潜在的产品质量问题。我们针对京东、拼多多等电商平台顾客反馈的假货问题，对问题产品进行真假鉴定。如发现假货，我们将对售假店铺采取投诉或起诉等相应行动。

为加强打击假冒伪劣产品，我们积极参与品牌真假鉴别说明会。2023年10月，公司参与由北京反侵权假冒联盟（CAASA）及大韩贸易投资振兴公社（KOTRA）北京代表处共同主办的“2023国际品牌真假鉴别说明会（韩国专场）”，通过真假图示、实物比对、分析重点侵权案例等方式，与执法人员交流品牌商标特征及真假产品鉴别方法，提升一线执法人员的执法技能，推动品牌及行业健康发展。



公司代表参加品牌真假鉴别说明会

Chapter 2

数智转型

焕新美的便捷体验感

爱茉莉太平洋中国致力于提升数字化能力，通过拓展数字营销渠道，为顾客带来更专业、精确的美妆资讯与个性化建议。

公司不断优化线上平台，利用大数据及人工智能技术，增强顾客体验。同时，公司高度重视信息安全与消费者隐私保护，采取严格措施确保数据安全，与顾客、供应商及利益相关方建立稳固的数字信任关系，促进可持续发展。



26 数字引领，建立消费者新链接

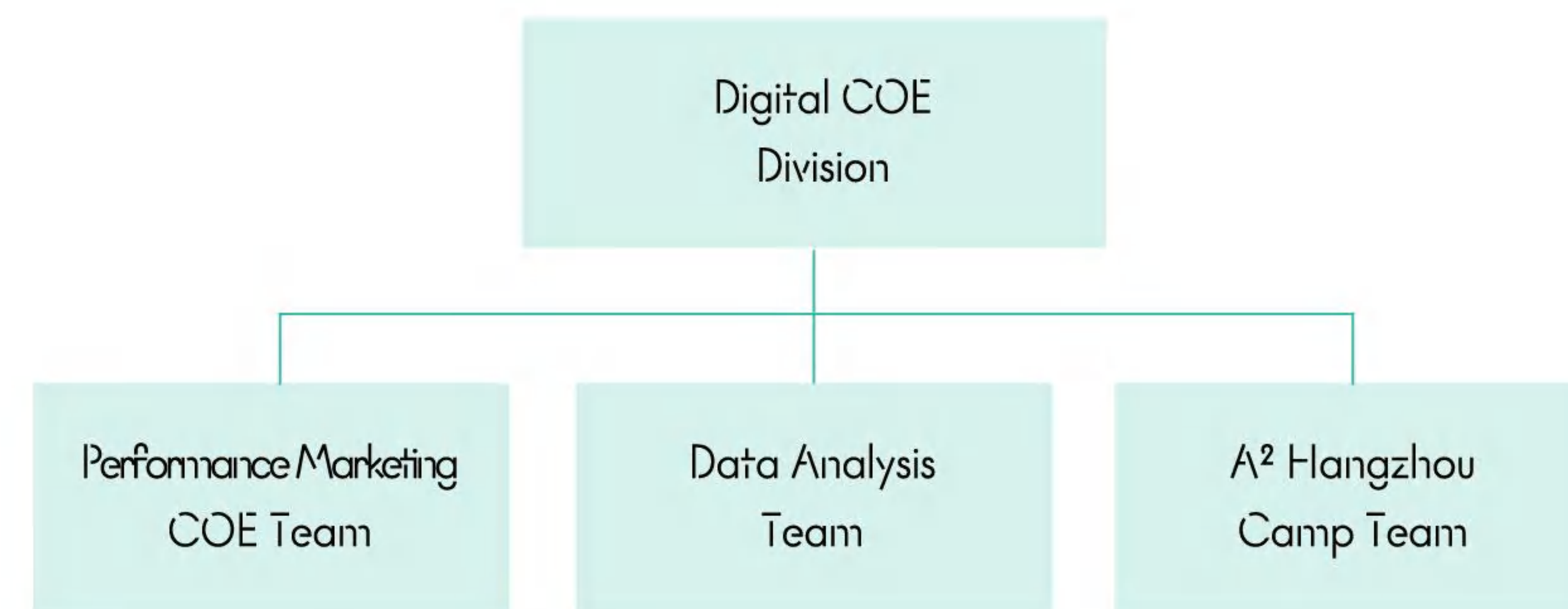
28 数字信任，与相关方共享价值

数字引领， 建立消费者新链接

数字化能力能够提升公司运营效率、优化资源配置，同时加强市场洞察力，强化客户服务，从而推动公司的持续创新与业务增长。爱茉莉太平洋中国近年来致力于全面的数字化转型与落地，研发环节采用先进数据分析与模拟技术以优化产品创新流程；生产环节实施智能制造及质量监控系统，确保高效生产与产品质量；销售环节通过电子商务平台及大数据分析，精准营销并提升顾客体验；售后环节运用客户关系管理系统，提供个性化服务并持续改进。

数字能力

2023年，Digital COE (Centre of Excellence) Division新纳入A² Hangzhou Camp Team，与Performance Marketing COE Team及Data Analysis Team共同通过各自的专业技能与策略，推动品牌的数字化转型及销售增长，同时注重数据分析和应用，以适应市场趋势、优化产品组合与宣传亮点。



Performance Marketing COE Team

持续与多个品牌合作，工作重点涵盖优化站内付费媒体、站内外联动、店铺直播优化及天猫新品创新中心 (TMIC) 数据工具利用。团队通过A/B测试优化关键词，整合品牌计划以最大化投放效益，提升店铺直播的转化率。

Data Analysis Team

以数据为驱动，通过收集、处理与分析数据发现洞察，并提供可落地的优化建议与可视化数据仪表盘。

A² Hangzhou Camp Team

利用TMIC平台助力品牌在产品上市前后进行各项测试，根据公司策略、品牌定位及市场趋势共同完成产品开发，挖掘本土化产品卖点，以更好地适应中国市场。

数智营销

爱茉莉太平洋集团与阿里巴巴集团签署全球性战略合作协议，致力于整合各品牌和团队的数据资源，确保数据的可用性、可靠性及可管理性，深入挖掘“美”的商业价值，为公司决策提供有力支持。2023年，Dashboard从站内、站外及工具三个方向完成重要更新，旨在聚科技之力，提升数据展示的全面性、用户体验以及运营效率，支持品牌与业务发展。

	站内	<ul style="list-style-type: none"> 更新天猫付费投放的数据源，优化投放数据取数与计算逻辑，以适应业务发展的需求； 增加Dashboard各页面的解释说明，改善用户体验。
	站外	<ul style="list-style-type: none"> 针对Content业务的发展，完善Content Analytics页面的数据展示和聚合逻辑，包括抖音蓝v账号、千川素材、关键意见领袖 (KOL) 等相关数据； 实现内容卡片创建的自动化，特别优化千川素材与KOL内容，显著提高Dashboard的运营效率； 在KOL Engine中，增加黑名单数据以标识发帖内容的“含水率”，并丰富KOL粉丝画像数据，辅助品牌实现更精准的决策。
	工具	<ul style="list-style-type: none"> 引入CRM数据，并在确保数据使用合规的基础上，通过三方数据拓展会员画像，增强数据的深度与广度； 推出Tag Management功能，统一管理社交平台发帖匹配的码表，并优化发帖与码表的匹配逻辑，提升数据准确性与管理效率； 新增Brand Spending页面，使品牌能够清晰了解在不同渠道和形式上的费用情况； Brand Leaderboard页面提供品牌在天猫及抖音对应品类中的销售排名情况，帮助品牌评估市场表现。

爱茉莉太平洋中国致力于利用数字技术以更高效率的进行消费者沟通。为打造领先行业的人工智能 (AI) 驱动的数字内容创作系统，构建了高质量原创3D内容库。我们精心设计3D元素以及与实物一比一精准复刻的数字模型，使之成为独一无二的营销亮点。系统通过与品牌的及时互动接受反馈，参考产品呈现图像的背景与品牌特定活动场景，学习并创造新的模型内容。

截至2024年5月末，雪花秀、兰芝、悦诗风吟、吕等品牌已通过数字内容创作系统打造约300项数字资产，涵盖元素、图片、背景、切片、数字孪生模型、活动视频等。数字资产的运用，特别是数字孪生模型的融合，为品牌在多渠道媒体上的表现力带来了提升，同时简化了营销创造并加速了商业决策过程。2024年，在Campaign亚太举办的中国数字媒体大奖中，爱茉莉太平洋荣获中国数字媒体大奖“Best Use of MarTech”铜奖奖项，在数智营销领域的先锋实践备受外部认可。



1 吕的媒体发布中有效应用数字孪生技术



2 兰芝的实体店铺视觉设计中融入数字孪生技术

数字信任， 与相关方共享价值

信息安全

爱茉莉太平洋中国始终守护消费者隐私，延展美的安全感。公司严格遵守《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》等网络安全和数据保护相关法律法规，凭借完善的信息安全管理体系确保信息资产的安全性与保密性，有效防范数据泄露、网络攻击等潜在风险。报告期内，公司未收到任何有关用户隐私泄露的外部投诉或诉讼案件，也未发现任何用户信息泄露、盗用或丢失事件。

爱茉莉太平洋集团的信息安全负责机构为信息安全中心，下设以下职能，并配备具有专业能力的安全管理员：

- 1 应用系统安全审阅；
- 2 基础设施安全审阅；
- 3 个人信息相关任务响应；
- 4 第三方审计；
- 5 全球附属公司信息安全事故响应；
- 6 信息安全意识培训；
- 7 信息安全认证；
- 8 安全监控和事件响应

2023年信息安全亮点举措

重要政策制度更新：信息安全管理与组织运营方针、个人安全方针等	
信息系统安全等级更新：爱茉莉太平洋中国旗下品牌雪花秀、兰芝、梦妆、吕微信小程序商城（IBA 系统）与悦诗风吟微信小程序商城（BBC 系统）新获三级等保认证，其他三级等保认证系统包括用户沟通及销售系统（ACE 系统）与悦诗风吟新一代商务系统（NICE 系统）	
雪花秀微信小程序商城	国家等级保护三级认证
兰芝微信小程序商城	国家等级保护三级认证
梦妆微信小程序商城	国家等级保护三级认证
吕微信小程序商城	国家等级保护三级认证
悦诗风吟微信小程序商城	国家等级保护三级认证
用户沟通及销售系统	国家等级保护三级认证
悦诗风吟新一代商务系统	国家等级保护三级认证

信息与数据防护提升

系统安全	<ul style="list-style-type: none"> 优化云防火墙及云安全中心，增强容器的安全防护措施
渗透测试	<ul style="list-style-type: none"> 完成30项应用系统的渗透测试，成功修复61项高危与42项中危漏洞
数据安全	<ul style="list-style-type: none"> 替换邮件安全网关产品，每日平均拦截超过300封垃圾邮件或威胁邮件 结合数据防泄露产品，对即将离职员工的数据访问和传输行为进行监控

案例：全员培训，强化信息安全意识

为强化员工信息安全意识，提升防护技能，2023年7月，爱茉莉太平洋中国通过动画视频，以互动形式面向全员开展信息安全与隐私保护的培训，内容涵盖个人信息保护法、如何防范网络社会工程学攻击、社交媒体安全、网络会议安全风险等。此外，我们通过答题测评以及积分赛的形式鼓励员工参与培训，并要求员工在实际工作中举报可疑邮件。



信息安全意识培训

2023年爱茉莉太平洋中国信息安全培训关键绩效

2

信息安全相关培训（次）



1,509

参与信息安全相关培训员工数（人次）



隐私保护

隐私保护对品牌声誉日渐重要，尤其是在线上消费日益增长的时代，完善的隐私保护机制能够进一步提升消费者对品牌的信任感和忠诚度。2023年，公司聚焦移动应用程序隐私合规治理，更新并发布涵盖雪花秀、兰芝、梦妆及吕品牌的官方商城小程序隐私政策。我们与各利益相关方建立了透明、畅通的沟通机制和渠道，并指定了个人隐私保护相关负责人。所有利益相关方均可通过公开邮箱（security@cn.amorepacific.com）进行个人隐私安全方面的反馈和举报。

案例：开展小程序个人信息保护评估，致力搭建小程序个人信息保护体系

2023年，爱茉莉太平洋中国重点研究小程序最新发展趋势与个人信息保护风险隐患，旨在加强公司各品牌小程序的个人信息保护功能。我们邀请第三方机构对“兰芝官方商城”小程序进行检测评估，并根据国家标准进行整改优化，确保隐私保护合规。此外，公司在柜台POS系统中增加脱敏访问敏感信息的权限，并对顾客个人信息进行脱敏展示；在Security Portal系统内专门开发个人信息影响评估页面，以提高评估效率及准确性。

供应商是公司价值链的重要一环，供应商数据安全不仅涉及到商业机密的保护，亦包括消费者个人信息的安全。近年来，公司持续对供应商加强隐私保护管理，根据《个人信息保护法》《GB/T 39335个人信息安全影响评估指南》《个人信息保护合规审计管理办法（征求意见稿）》及ISO 27001信息安全管理规定等法律法规与行业标准，于报告期内更新了“供应商同意安全审计问卷”，从个人信息安全合规、个人信息告知同意、委托处理安全合规、自动化决策安全合规及未成年人个人信息处理等方面优化供应商审计的维度与指标。报告期内，完成信息安全审计的供应商数达29家。

Chapter 3

品质优先 与顾客共享美丽

- 32 精进安全与品质
- 34 顾客服务与体验
- 38 产品可持续设计
- 39 倡导可持续消费

我们不仅重视产品的功能性，
还兼顾消费者的多元需求，
生产优质安全且对环境和社会友好的产品，
不断提升顾客的综合满意度。

我们不断推出具有可持续属性的产品，
同时鼓励顾客参与倡导可持续生活方式的品牌活动，
在与顾客共享美丽的同时，共创美好世界。



精进安全与品质

产品质量管理体系

安全且优质的产品是我们获得顾客信任的关键，亦是实现公司可持续经营的基石。公司严格遵守《化妆品生产质量管理规范》《化妆品监督管理条例》《化妆品生产质量管理规范要点及判定标准》等国家法规和标准，已建立贯穿产品全生命周期的质量管理体系，覆盖产品研发、生产、物流、销售至上市后改良等各个阶段。我们推行质量安全责任制，将质量责任落实到具体的部门与个人。我们不断提高质量管理流程的准确性和规范程度，引入数字化管理系统，在日常工作中使用质量管理体系（QMS系统）对原料、包材、内容物、成品进行质量管控。物料的检查规格建立、检查结果输入、物料放行、检验报告查询等各个方面都能够能够在QMS系统中完成并记录储存。


原料把控	<ul style="list-style-type: none"> 从源头保障安全，使用的原料和产品中的所有成分，均遵守合理的目的和明确的标准；针对特定成分，会综合考虑顾客疑虑与安全性研究成果加以研发与管理； 2023年，我们要求原料供应商提供成分分析报告（Certificate of Analysis, COA）等安全佐证材料，并在收到原料后开展分析、安全、微生物、香精四大实验，确保原料质量满足公司安心品质要求。
------	--

产品安全	<ul style="list-style-type: none"> 设立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，并按需开展多类型审核项目； 检测中心的微生物实验室和分析实验室已通过中国合格评定国家认可委员会（CNAS）认证；每年开展CNAS实验室能力验证，确保CNAS实验室有效性；报告期内，CNAS实验室顺利通过来自监管中心的现场审核与两年一次的CNAS实验室复核； 开展体外评价方法，进一步保障产品安全性； <p style="text-align: center;">产品安全性保障体外实验项目</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td>生化试验</td> <td>细胞试验</td> <td>体外重组模型试验</td> <td>离体试验</td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> 公司研发的所有产品均通过严格的原料精选与严苛的安全性评估后进入生产环节。 	生化试验	细胞试验	体外重组模型试验	离体试验
生化试验	细胞试验	体外重组模型试验	离体试验		

生产规范	<ul style="list-style-type: none"> 公司质量管理体系已获得由第三方资质机构出具的ISO 22716：化妆品良好操作规范指南认证，充分体现公司对质量管理的重视及质量体系的完备性； 遵循《化妆品安全技术规范》《化妆品安全评估技术导则》等国家标准，制定并严格执行领先世界的内控质量标准，把控生产工艺的每个环节； 确保产品信息可追溯，赋能质量管理及复盘改善。 
成品检验	<ul style="list-style-type: none"> 产品出货后，对每批产品进行出货检验，检验内容包括产品安全性、老化试验、是否有致病菌等； 如发现不合格品，由品质部门在QPS系统中上传生产不合格品报告，再由相关责任方填写原因分析及改善措施等内容，最后由品质部门进行确认，追踪确保问题妥当处理； 针对性开展用户体验测试，确保用户使用安全。
成品检验	<ul style="list-style-type: none"> 为保障产品质量，公司持续提升仓储物流环节管理水平，优化仓储物流环境； 严格管理产品保质期与使用期限。

案例：雪花秀产品产地溯源，确保100%人参原料可追溯

为了生产让顾客放心、安全的产品，我们采用严格的采收标准，科学管理所有用于产品的人参原料。我们直接管理和监督整个过程，范围从精心选择清洁的人参种植地，原材料的安全和质量评估，到从农场发货。通过这种细致周密的质量管控，雪花秀的产品能够确保含有100%可追溯和可靠的人参原料。



从源头开始的质量管理

2023年，国家药品监督管理局出台《企业落实化妆品质量安全主体责任监督管理规定》。公司对此积极响应，新建《化妆品质量安全风险防控动态管理制度》和《委托加工供应商生产过程监督管理制度》，新增质量安全负责人工艺一致性审核环节，以优化产品备案流程。

化妆品质量安全风险防控流程

化妆品注册备案资料审核	生产一致性审核	产品逐批放行	有因启动自查	质量管理体系自查
-------------	---------	--------	--------	----------

2021-2023年爱茉莉太平洋中国产品质量绩效

	2021	2022	2023
	99.8	99.9	99.9
产品合格率 (%)			
	25	16	23
产品Claim率 ² (ppm)			

2.产品Claim率 = 收到的投诉数量/品牌销售量。该指标专注于产品质量问题，排除了由顾客偏好或物流等因素导致的投诉，表示来自直营店、物流供应商和消费者的质量反馈。ppm指百万分之一。

顾客服务与体验

负责任营销

公司践行负责任营销理念，通过产品信息标识、官方网站、美丽修行APP等多渠道为顾客提供完整、准确、易于理解的产品信息，并以线上线下结合的形式开展产品使用科普，确保顾客产品使用方法正确、体验安全。

功效宣称准确

公司已建立满足化妆品标签合规要求的审核流程，在产品上市前开展产品包装合规审核及广告合规审核，通过文案及广告风险清单对比、管理层决策等流程，确保产品标签及广告宣传与备案或许可公示的功效相符。

2023年，公司积极响应新实施的《化妆品网络经营监督管理办法》，针对各网络平台披露的化妆品信息进行盘查与梳理，将网络功效宣称与化妆品注册或者备案资料中的标签信息和功效宣称进行比对和检查，对不合规情况进行整改，确保网络上产品功效宣称信息准确。报告期内，接受公司内部产品包装或广告合规审核的产品超900件。

为提高员工负责任营销意识，公司内部完善了《化妆品注册备案标准操作流程（2023年版）》，通过举行分享会进一步明确产品功效宣称管理、产品标签管理等方面的实操流程与注意事项。此外，结合竞品处罚实际案例以及不同时期的投诉热点，公司就广告宣称合规相关问题面向销售人员、营销人员开展有针对性的培训及沟通，协助其合理应对客诉，提升问题改善率。

产品使用教育

正确使用产品是保障顾客安全、发挥产品功效的第一步。公司旗下品牌重视产品使用安全宣导，以图文搭配、视频、线下实操等形式保障消费者获知产品的正确使用方法，最大程度发挥产品功效。

案例：安心上色 爱意尽染 —— 吕“安心染”视频科普使用方法

2023年，头皮护理品牌吕推出染发新品——吕姿染漾发遮白染发霜，希望为消费者提供更安全、舒适的染发体验。

为使消费者快速了解新品特征及使用方法，吕以短视频的形式向消费者讲述产品植物配方、无氨无异味、持色久、染色均匀的特征，并科普染发剂使用步骤，帮助消费者正确呵护头皮健康。



染发不费力，“安心染”助力魅力显

案例：雪花秀推动消费者“秀”出自己

报告期内，雪花秀多次组织护肤秀、彩妆秀等线下快闪、路演互动，由培训老师或柜台达人为消费者讲解产品成分、功效、使用注意事项等产品知识。雪花秀在活动中穿插丰富的互动环节，让消费者学习到正确有效的护肤手法与化妆技巧，提高消费者美的创造力。



美妆老师教学化妆品使用方法

案例：魅尚萱走进校园 —— 从“头”引领时尚

学生群体是魅尚萱的重要消费群体之一。为了让大学生能够染出合心意的发色，魅尚萱走进上海大学、中国传媒大学、广东工业大学等多地高校，以有趣的互动形式帮助大学生们了解并正确使用魅尚萱产品，解锁自身时尚力。



魅尚萱校园活动现场

此外，我们注重面向消费者科普产品成分，在官方微信公众号定期推出“A! 茉颜研究所”专栏，科普产品成分优势，帮助消费者便捷获知产品成分、功效等信息。

案例：雪花秀菁典臻秀系列 —— 人参浆果的“抗老魔法”

雪花秀持续探索人参奥秘，经17年精研发现，人参浆果中富含生物活性物质盛活参果菁萃SR™，能够激活长寿因子、减少细胞脂褐素堆积、增加皮肤弹性蛋白相关基因表达，重塑肌肤弹性。为确保珍贵人参充分使用，我们特别开发定向凝萃科技，经过1,440小时匠心凝练及15道专研工序，将“人参魔法”成功提取并注入产品中，令肌肤重现澎弹盈润。



雪花秀菁典臻秀系列 - 人参成分助抗老

产品投诉

公司将消费者权益视为重中之重，建立了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解决。

2023年，公司健全完善《召回控制程序》，进一步划分品质、制造、支援等各部门职能，明确产品质量安全信息收集、调查评估、召回计划制定、召回产品处理与结项流程。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	《退换货管理制度》	如出现因产品质量原因退货，物流部门会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，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
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

客户服务

秉持“以顾客为中心”的服务宗旨，爱茉莉太平洋中国从顾客实际需求出发，提供全流程、多渠道、深层次的专业服务，致力于加深品牌与客户的友好关系，提升顾客线上线下购物体验。截至报告期末，雪花秀、兰芝、悦诗风吟、梦妆、吕和魅尚萱均已在传统渠道、社交平台及电商平台开通服务账号，并由客户服务部统一管理运营，专业高效地满足客户需求并为客户答疑解惑。公司将持续开发客户服务新渠道，创造与更多消费者的链接。

消费者反馈是品牌持续进步的动力。公司要求每名员工践行“源于客户需求，超越客户期望，达到客户满意”的服务理念，聆听记录顾客心声，并将收集到的顾客之声传递于各品牌，优化顾客体验。报告期内，客服中心团队在雪花秀菁典臻秀面霜、兰芝黄金三管精华等新品上市后，主动邀请顾客填写使用问卷，及时了解顾客感受和建议，寻求提升方向。2023年，各项顾客意见倾听活动覆盖超1,400人。

案例：客服能力提升，保障客户优质体验

为保证客户服务团队的专业性，客服中心针对每位新入职客服人员开展专项培训，传授产品基础知识和顾客沟通方式，减少工作失误。2023年公司专门建立《化妆品不良反应监测管理办法》，以指导客服团队为顾客提供专业且安全的护肤指导建议。

我们亦不定期组织业务流程抽问抽检、服务意识培训、案例分享等多种类型的培训，并通过当场提问、问卷作答等形式确保参与培训的员工成功掌握所需知识与技能，培训通过率为100%。



客户服务培训现场



案例：客服团队服务能力获消费者认证

报告期内，公司客服团队的服务态度和业务能力获得了顾客的广泛认可。其中，梦妆品牌抖音店铺综合评分高达98分，在美妆品牌中位于前2%的位置；吕品牌官方旗舰店获阿里双11蜂神榜彩妆美发类目“银蜂奖”、赤兔名品“年度优秀客服团队”奖。

2021-2023年爱茉莉太平洋中国客服服务关键绩效

	2021	2022	2023
 顾客之声(VOC) (件)	204,554	337,167	263,356
 顾客投诉3日解决率 (%)	88.77	88.49	88.98
 顾客满意度 (%)	99.28	99.46	98.39

产品可持续设计

爱茉莉太平洋中国承诺并践行“在新品中100%体现环境/社会友好属性”的目标，依托绿色单品及可视化的可持续设计，高效地向消费者传递可持续的产品信息，引导可持续消费，最大程度降低对生态环境造成的负面影响。

案例：兰芝拥抱世间之美，节水先行

兰芝致力于水科技的创新，不仅利用水的纯净力量为肌肤带来光彩照人的美丽，更深刻理解水资源的宝贵。从产品全生命周期的角度出发，兰芝通过减少水足迹、升级产品配方、推出替换芯、优化包装内容物可分解度等方式，致力于打造环保友好的产品。其中，兰芝新水酷（小蓝盾）系列全品类均已获得国际权威机构碳信托（Carbon Trust）颁发的水足迹认证且包装100%使用FSC认证纸张。兰芝不仅为消费者带来全新的消费体验，也为地球的可持续发展贡献品牌力量。



倡导可持续消费

作为负责任的美妆企业，公司始终积极呼吁消费者改变固有习惯、探索可持续消费新方式。公司旗下各品牌在活动中充分传递可持续消费理念，并与相关方合作开展消费者宣导，在“铸就美丽世界”的道路上持续前行。同时，公司通过微信公众号、新闻媒体等多种渠道开展线上合作和宣传，最大程度地传递产品可持续属性，提升广大消费者的可持续消费意识。

案例：爱茉莉太平洋作为EcoBeautyScore联盟成员，持续推动可持续消费

2022年2月，爱茉莉太平洋加入EcoBeautyScore联盟，旨在开发评估化妆品环境影响的评分系统。作为韩国唯一参与的化妆品企业，爱茉莉太平洋可通过此系统为顾客提供详尽的产品环境影响信息。2023年，EcoBeautyScore联盟已纳入70余家公司，成功开发行业级别的数据库，并完成对影响评估与评分方法的测试，为所有联盟成员提供相关的评分工具。集团将持续参与并助力联盟进程，提高消费者及公众对可持续产品的了解与接受度。



EcoBeautyScore联盟

案例：寻根溯源，体验“人参之旅”

“开创艺术先锋，传承无界之美”是雪花秀品牌的全新理念。雪花秀坚持以多元文化蕴育先锋美学，实现传统文化与摩登艺术共存。2023年，为使更多人能够了解品牌的独到匠心与科技专研能力，雪花秀邀请嘉宾及媒体行业领袖来到集团总部进行“人参之旅”溯源活动，亲眼见证珍稀原材料的培育、采摘与菁纯凝练过程，感受雪花秀产品如何融合自然、科技与艺术，体会品牌意韵悠长的无界之美。



1 北村雪花秀之家 (House of Sulwhasoo Bukchon)



2 雪花秀人参之旅 菁典臻秀系列实验室体验现场

案例：“筑屏障 愈自我 爱地球”，兰芝携手WWF共同致力海洋保护行动

随着全球气候变暖、污染加剧、生物多样性丧失等因素的影响，海洋环境面临严重威胁，地球的“肌肤屏障”不断受损。兰芝秉承“取自水，回馈水源”的坚定信念，与世界自然基金会（WWF）建立长期伙伴关系，为改善世界海洋生态做出力所能及的贡献。

2023年6月，兰芝延续“筑屏障 愈自我 爱地球”的环保主题理念，与WWF北京代表处合作在三亚发起净滩活动。活动号召企业员工及志愿者在沿滩慢跑的过程中拾起并分拣海滩垃圾。活动自发起至今，共拾起垃圾126公斤。



兰芝：呵护肌肤和地球屏障

案例：新岛寻宝，悦诗风吟开展可持续快闪活动

2023年，悦诗风吟品牌焕新升级，打造“自然高功效美妆”，以全新面貌与消费者相遇。为提高消费者感知，悦诗风吟以“新岛寻宝”为主题开展线下快闪活动，通过绿色自然、高功效的产品和巧妙的现场布置，向消费者传递产品的自然高效属性以及品牌在可持续方面的探索。



悦诗风吟带领消费者“寻宝”

Chapter 4

绿色行动 与自然和谐共生

- 44 气候行动，美丽妆园净零之旅
- 49 限塑减废，助力循环经济
- 52 节水降耗，资源可持续管理
- 54 生态保护，关注生物多样性

爱茉莉太平洋中国积极通过应对气候变化、提高可再生能源使用比例、从源头减少塑料使用、研发和推广可持续与可循环的包装材料、提高水资源利用效率、减少不必要的新鲜水消耗等方式，持续为地球减负。公司始终坚持多措并举，竭力实现绿色发展，与自然和谐共生。



气候行动， 美丽妆园净零之旅

气候变化作为全球性的挑战，对经济、社会和环境的未来发展具有深远的影响。爱茉莉太平洋充分意识到积极应对气候变化的必要性，并致力于以负责任的方式开展业务活动，减少自身运营及价值链对环境的负面影响。爱茉莉太平洋中国依循气候相关财务信息披露工作组（TCFD）框架呈现我们的气候行动，旨在与利益相关方透明披露我们在应对气候风险及拥抱气候机遇相关领域的方向与行动。

气候治理

爱茉莉太平洋为加强董事会就应对气候变化事宜的监督职能，于2021年在董事会下设ESG委员会，建立应对气候变化议题的定期审议机制。此外，首席执行官（CEO）领导的可持续发展委员会负责制定集团范围内的气候应对战略与目标，并促进相关职能之间的合作，以有效实施战略举措。

在中国，公司秉承集团的气候行动与承诺，不断在运营和整个价值链中寻求并实施与气候相关的管理策略，为集团的可持续承诺贡献中国力量与智慧。

识别重大风险与机遇

爱茉莉太平洋基于TCFD框架，通过政策、市场及行业趋势分析，在价值链中构建了与业务相关的气候变化风险和机遇库。经过外部专家咨询及内部相关部门审核，集团分析与评估当前及未来企业的业务活动与财务绩效，以及可能对财务状况产生的影响。我们注意到重要的风险因素亦具有增强业务竞争力的机遇。对于短期（2025年内）与中期（2030年内）影响较大的风险与机遇，集团将其归类为重大风险与机遇因素，并通过详细的分析作为优先应对议题进行管理。

气候应对战略

爱茉莉太平洋将已识别的气候变化相关重大风险纳入集团风险管理体系中，梳理可能影响运营连续性的重点风险，并制定相关风险缓释或应对计划。各相关重点风险应对部门在实施风险管理流程中定期监控风险管控进程，并及时采取改善举措。此外，集团风险管理部门每年汇总风险应对能力评估结果，以此制定未来提升管理方案，并向CEO与董事会报告。CEO与董事会下设的ESG委员会将评估并审议风险管理规划与监控结果，并为风险管理措施实施结果提供反馈。

2023年集团气候风险与机遇管理流程



气候风险与机遇

2023年，集团识别的重大风险与机遇因素涵盖如下三大方面：

- 1 随着脱碳化与能源转型加速，电力导致的温室气体排放成本很有可能转嫁至电力价格成本，从而增加企业的能源成本；另一方面，通过有效采购可再生能源电力，能够有效缓解企业因电价波动造成的财务成本；
- 2 全球消费趋势持续变化，预计环境友好型消费者的购买行为与分销渠道将影响企业更广泛的可持续营销战略，企业需拥抱不断增长的可持续消费市场的创收机遇；
- 3 极端天气与气候灾害频发，暴雨与高温天气加剧将导致功能性化妆品需求提升，有望为企业提供更新的业务机遇。

2023年集团重大气候相关风险与机遇因素

转型风险		实体风险		机遇	
政策/监管	<ul style="list-style-type: none"> 限制温室气体排放与包装材料 提高对温室气体排放量的披露要求 	急性	<ul style="list-style-type: none"> 气候变化带来的气象灾害，例如暴雨、洪涝、飓风等 	资源效率	<ul style="list-style-type: none"> 要求提高能源、原辅料等资源的使用效率
技术	<ul style="list-style-type: none"> 环保产品要求促进企业环境维度研发成本提升 			能源	<ul style="list-style-type: none"> 提高可再生能源占比，以多元化形式采购可再生能源
市场	<ul style="list-style-type: none"> 环境保护消费趋势变化，同时流通渠道的环保标准有所提升 	慢性	<ul style="list-style-type: none"> 长期气候风险积累的变化：异常高温、降雨量减少导致的干旱、海平面上升等 	产品与服务	<ul style="list-style-type: none"> 消费者/分销渠道对于环保产品的要求及标准提升
声誉	<ul style="list-style-type: none"> 对“洗绿”批判程度提高，外部评价更为严苛 			市场	<ul style="list-style-type: none"> 扩大绿色产品采购规模 绿色融资机会
				发展韧性	<ul style="list-style-type: none"> 气候议题在能源、原料价格方面的正向影响

指标与目标

为支持全球碳中和目标，并最大限度减少相关政策趋紧导致的财务风险，爱茉莉太平洋致力于于2050年前达成“净零”业务运营。为此，集团基于科学碳目标倡议（SBTi），设立2050年运营环节减排目标，同时致力于2050年前实现价值链“净零”。作为降低范围一与范围二温室气体排放的重要途径，集团将持续推进可再生能源使用与能效提升。2021年，爱茉莉太平洋集团正式加入RE100倡议，承诺至2030年实现100%通过可再生能源获取所需电力。

CDP

2023年，爱茉莉太平洋集团已连续2年在CDP气候变化评估中获得最高等级A级，是韩国美妆行业首次且唯一获得该项荣誉的企业。



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业务场所（涉及总部、研发、物流、生产等）。2023年在RE100领导力奖中荣获市场开拓者（Market Trailblazer）单元奖。



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。



关键目标成果

爱茉莉太平洋中国主动响应集团的战略目标，致力于提升运营过程中对气候变化的适应力。公司不断探索自身的碳减排潜力，通过第三方温室气体排放量核查，全面审视年度排放状况，并据此制订每年的减排计划及实施步骤。上海美丽妆园生产场所温室气体排放量已连续三年下降，2023年范围一与二温室气体排放总量较2022年降低17.7%。减排的主要贡献来自上海美丽妆园生产场所持续扩建太阳能发电设施，增加了可再生能源电力在总电量中的比例。此外，上海美丽妆园生产场所已取得ISO 14001环境管理体系认证，荣获上海市经济和信息化委员会颁发的绿色工厂示范单位。

在范围三温室气体排放管理方面，公司聚焦环保产品创新战略，加强与提供低碳产品的原料与包装材料供应商的合作，提升可持续材料使用比例；在产品设计上积极推广“替换装”，降低产品碳足迹与供应链碳排放。我们期待携手供应商能源转型，加速价值链碳足迹的减排进程。

2023年爱茉莉太平洋中国温室气体排放绩效

温室气体排放	中国区总部		
	研发中心	物流中心	办公室
范围一 (吨二氧化碳当量)	18.7	17.6	74.5
范围二 (吨二氧化碳当量) ³	0	0	0
范围一与范围二排放总量 (吨二氧化碳当量)	18.7	17.6	74.5

2021-2023年上海美丽妆园生产场所温室气体排放绩效

温室气体排放	2021年	2022年	2023年
范围一 (吨二氧化碳当量)	1,610	1,559	1,283
范围二 (吨二氧化碳当量) ⁴	0	0	0
范围一与范围二排放总量 (吨二氧化碳当量)	1,610	1,559	1,283
单位产品排放量 (吨二氧化碳当量/吨产品)	0.152	0.172	0.183

3: 2023年，公司通过源头节约能源使用、提高场内可再生能源生产、购买国际可再生能源凭证（I-REC）等方式，实现范围二温室气体排放量为0。

4: 2021-2023年，上海美丽妆园生产场所通过源头节约能源使用、提高场内可再生能源生产、购买国际可再生能源凭证（I-REC）等方式，实现范围二温室气体排放量为0。

案例：提升可再生能源利用占比，多策并举加速减排进程

爱茉莉太平洋加入RE100倡议，承诺实现100%可再生能源使用。2023年，上海美丽妆园生产场所稳步提升清洁能源使用比例，在二期厂房屋顶增设太阳能发电装置，使用可再生能源达770,798千瓦时（相当于减少324吨二氧化碳当量的温室气体排放⁵）。此外，公司用电动叉车替换柴油叉车以减少柴油使用，并通过技术改进与管理优化尽力减少对新增电力的需求。辅以购买国际可再生能源证书等方式，上海美丽妆园生产场所、研发中心、物流中心及中国区办公室已实现100%可再生能源使用。



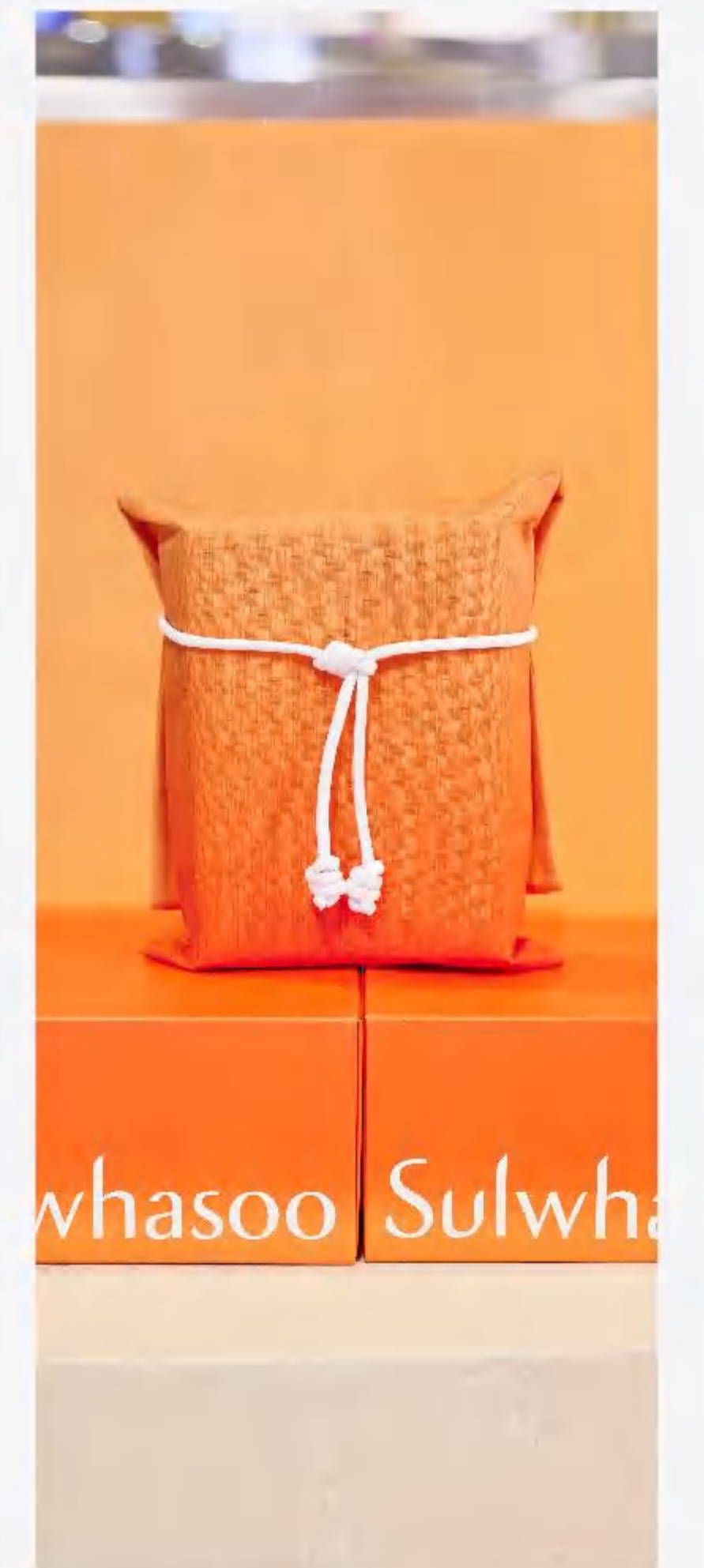
上海美丽妆园生产场所

案例：雪花秀的“碳”索之旅

雪花秀坚持将可持续性融入产品全生命周期，确保产品在满足消费者需求的同时也具备低碳、环境友好的优势。品牌详细核算产品原材料及包装材料在供应、制造、使用、运输、回收等环节的碳足迹，并依此深刻认识到原材料及包装材料是雪花秀产品碳足迹的核心组成部分（约占65%）。

雪花秀举措及进展：

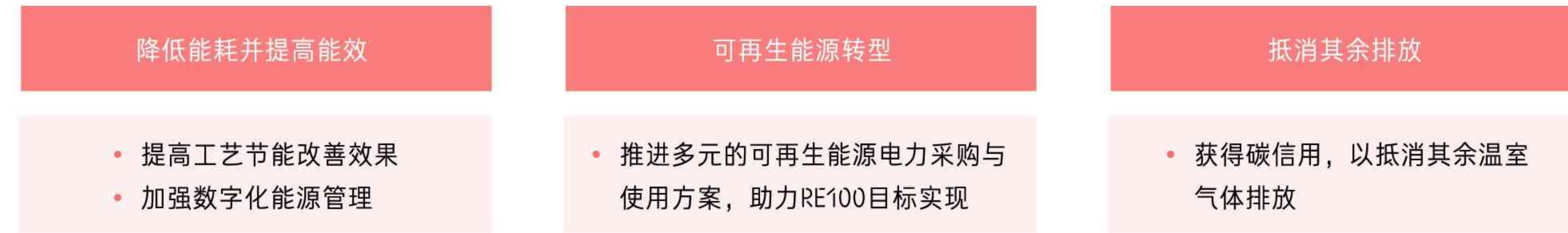
	2023年进程	2030年目标
减少塑料使用	<ul style="list-style-type: none"> 为多项产品提供替换装以减少原始塑料的使用； 将容器改为玻璃材质； 使用可回收塑料与纸质托盘。 	<ul style="list-style-type: none"> 持续拓展产品组合并提供替换装； 较2021年塑料使用减少15%； 可循环材料至少达30%。
提升包装可持续性	<ul style="list-style-type: none"> 改善产品包装结构，通过减去容器的装饰与金属条，提高可回收利用性； 与外部利益相关方合作，开发新包装材料与结构，提高包装质量与可回收性； 100%产品购物袋使用环境友好型纸张。 	<ul style="list-style-type: none"> 设计100%可持续/可重复使用/可降解产品包装。
致力于循环经济 ⁶	<ul style="list-style-type: none"> 空瓶收集后将运往玻璃或塑料回收公司进行二次分拣与处理，并应用于新产品包装。 	<ul style="list-style-type: none"> 回收空瓶，实现资源循环价值



5: 电力排放因子0.420tCO₂e/MWh源自上海市生态环境局于2022年2月发布的《关于调整本市温室气体排放核算指南相关排放因子数值的通知》。

6: 该项举措2023年进程与2030年目标暂仅限于韩国地区。

未来目标实现举措



废气管理

公司持续加强废气排放管理，遵循《中华人民共和国大气污染防治法》等法律法规，制定并执行《废气管理规定》等内部制度，通过改善处理流程、配置完善的处理设施等措施，确保所有废气均得到有效处理后达标排放。

2021-2023年爱茉莉太平洋中国废气管理绩效

废气管理	2021年	2022年	2023年
粉尘 (吨)	0.015	0.012	0.010
二氧化硫 (吨)	0.019	0.017	0.013
氮氧化物 (吨)	0.331	0.127	0.097
VOC (吨) ⁷	0.196	0.163	0.13
排放总量 (万立方米)	10,601	7,200	6,318
单位产值废气排放量 (万立方米/吨产品)	0.998	0.794	0.903

7: VOC指挥发性有机化合物。

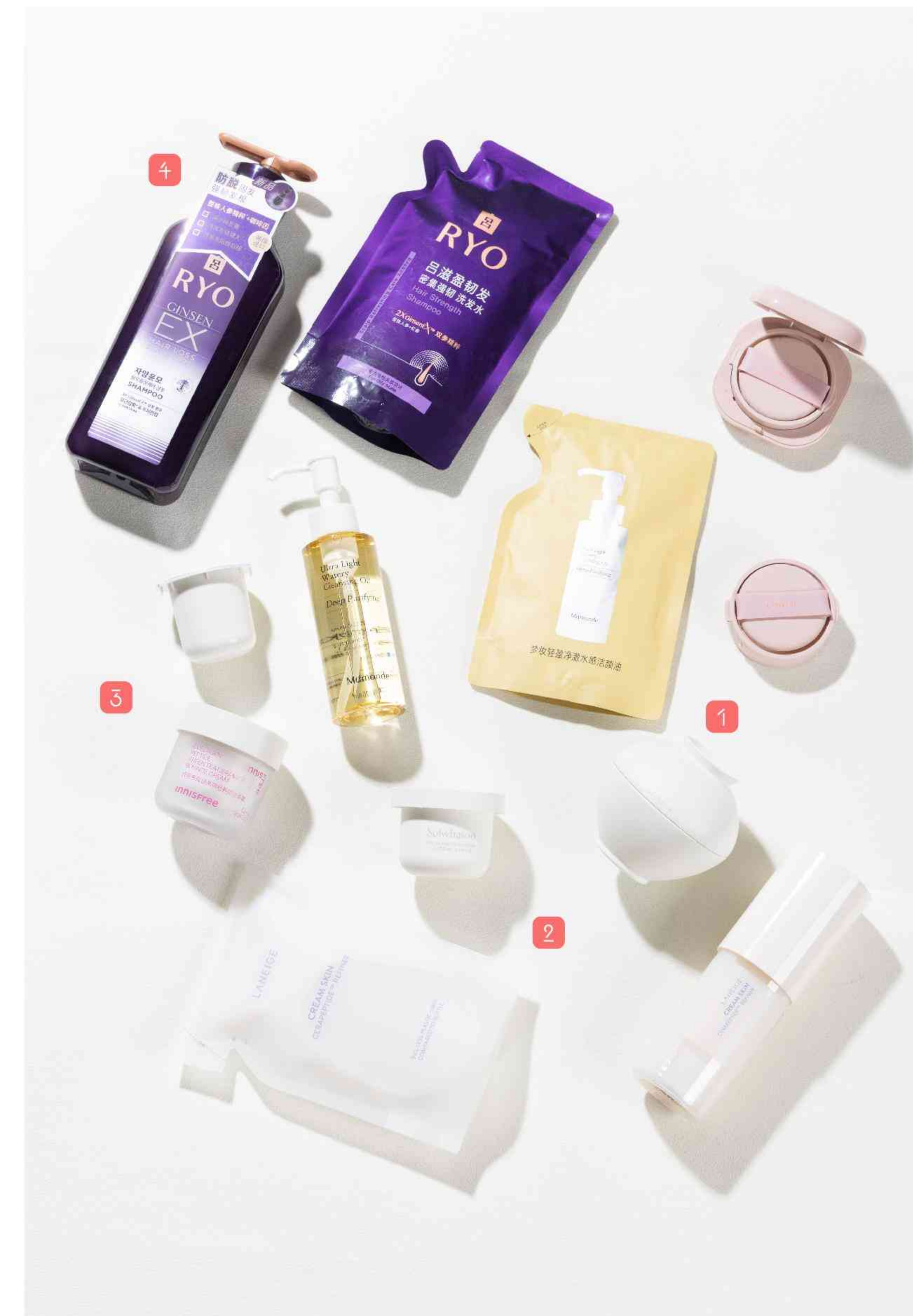
限塑减废，助力循环经济

爱茉莉太平洋正努力开发各种减塑包装，研发全生命周期环境足迹更低的产品并致力于开发可循环产品包装，使得从消费端回收的部分包装材料仍可再次用于生产制造，形成良性循环。

减塑设计与替换装共创环保和经济性价比

爱茉莉太平洋为减少包装塑料引发的环境污染，设定“至2030年减少产品包装塑料用量”的目标，并致力于100%使用可回收、可重复使用或可堆肥的塑料材料。与正装相比，替换装能够节省超过一半的塑料用量。同时，购买替换装的消费者能够通过更具性价比的方式获得同款产品。

替换装设计



1 雪花秀 菁典臻秀面霜

为减少塑料用量，从产品设计阶段起就考虑包装替代方案。包装的设计理念凝聚关于月圆之美的情感与灵性，彰显源活不息的新生能量，同时采用更易回收的玻璃容器，展现可持续之美。不仅如此，雪花秀亦推出替换装，相比于重新购买正装，直接使用替换装最多可以节约55%（以30ml为准）的塑料消耗。

2 兰芝 神经酰胺胜肽微精华水

为消费者提供替换装选择，与正装产品对比能够减少90%塑料用量。

3 悦诗风吟 胶原多肽绿茶神经酰胺弹霜

使用含有60%可回收利用玻璃的容器，同时引入替换装以延长原装玻璃容器的使用周期。

4 吕 滋盈初发密集强韧洗发水

采用环保替换装设计，有效减少塑料包装的使用，降低环境负担。

塑料再生，价值再生

公司在供应链及全部产品生命周期过程中致力于采购并使用更多的可再生包装材料。2023年，爱茉莉太平洋中国近65%的产品包装材料为可再生材质⁸。

1 悦诗风吟



火山岩泥毛孔净澈多效面膜
采用50%PCR塑料材质容器与可回收再利用瓶盖。



视黄醇修颜精华液
取消金属压泵泵头，推出无胶水包装，包装盒100%可回收。

2 梦妆

2023年新款面霜系列产品⁹抛弃传统塑料真空瓶/敞口玻璃瓶包装，升级为管状设计，减少包装材料使用的同时更容易控制产品的使用量，减少浪费。产品同时采用斜切面管口设计，有效减少内容物与空气接触的面积，降低产品在使用过程中被污染的可能性。



3 吕

染发剂采用封口贴替换传统塑封，减少塑料使用。



8.以件数为记，可再生材质包括使用的甘油、脂肪酸、表面活性剂、油脂、玻璃、PET（热塑性聚酯）容器、PE（聚乙烯）/PP（聚丙烯）内衬、纸箱、花盒等。
9.系列产品包括：梦妆补骨脂酚毛孔控油紧致霜/梦妆蓝甘菊舒缓面霜/梦妆益生神经酰胺屏障保湿面霜

环保不覆膜，享受绿色购物体验

公司在报告期内积极推广“绿色”与“减塑”理念，通过创新产品包装来实践这一承诺。在“双11”直播活动中，雪花秀采用无覆膜礼盒，兰芝和悦诗风吟分别引入了牛皮纸和无覆膜购物袋，这些环保包装既确保了产品在消费过程中的安全，又有效减少了塑料使用，同时为消费者提供了愉悦的可持续消费体验。

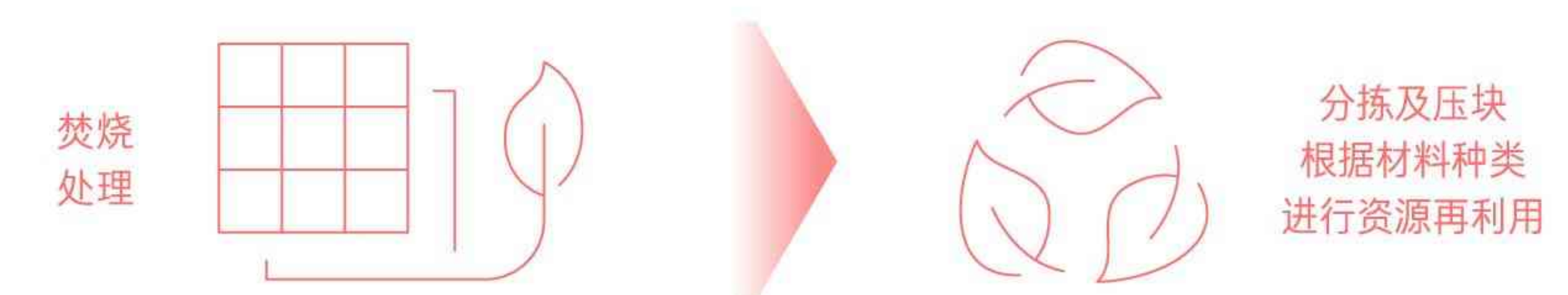
2023年爱茉莉太平洋中国减塑亮点绩效

无覆膜/环保购物袋使用量	25.36万个
无覆膜礼盒使用量	23.15万个
以上举措共减少塑料使用量	4.36吨

废弃物管理

爱茉莉太平洋中国竭力推动废弃物循环利用与安全处置。公司制定并依循《废弃物管理规定》《危险废弃物仓库应急预案》等相关制度，不断改进废弃物管理流程，确保其高效且合规。报告期内，公司废弃物回收再利用率达59.82%，连续3年提升。

在化妆品生产车间中，常见的废弃物包括不合格的产品、废弃的包装材料、使用过的过滤设备（如滤网和过滤器）、废弃的过滤桶，以及污水处理过程中产生的污泥等。公司会将废弃物进行分类、称重和记录，对于可回收废弃物，工作人员会进行分类标识，并定期交由第三方单位回收利用；对于危险废弃物，工作人员会标记并储存在专门的危险废弃物仓库中，在完成线上危险废弃物管理登记后，定期交由具备处理资质的供应商按照环保规定进行安全转运和处置；对于其他无法回收利用的部分，亦交由具备相应资质的供应商进行合规处理。



2023年，公司对废包材进行分拣及压块，根据材料种类进行资源再利用，在提高包材生命周期价值的同时，减少废弃物产生。报告期内，可回收包材的总重量达到46.81吨，根据最新的废弃物数据，单位产品废弃物产生量（总量/制造量）2023年为0.080。

2021-2023年上海美丽妆园生产场所废弃物管理绩效

	2021	2022	2023
废弃物可回收利用率 (%) ¹⁰	53.17	56.35	59.82
废弃物产生总量 (吨) ¹¹	753	648	591

10. 废弃物可回收利用率=（湿垃圾产生量+可回收废弃物产生量）/废弃物产生总量；其中所有湿垃圾处理方式为发酵后用于农田耕种。
11. 公司废弃物产生总量包括一般废弃物产生量、危险废弃物产生量、生活垃圾产生量、湿垃圾产生量及可回收废弃物产生量。

节水降耗， 资源可持续管理

爱茉莉太平洋中国高度重视水资源保护，积极采取节水措施，减少水资源消耗。同时，公司竭力助力集团达成“实现所有生产场所可再生能源使用率达到100%”目标，通过科技创新与绿色生产，不断优化能源与资源利用效率，践行可持续运营理念。

水资源使用

公司在生产活动中严格遵守《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，控制水资源的使用及废水排放。通过实施《废水管理办法》，公司不仅确保水资源的合法合规使用，亦通过定期的第三方节水评估，不断寻求提高水资源利用效率及废水处理效果的途径。

案例：综合施策，珍惜水资源

公司高度重视水资源保护与节约，根据减少（Reduce）、再利用（Reuse）、再循环（Recycle）等原则，对上海美丽妆园生产场所的用水设备、用水工艺进行技术改造，提升水资源使用效率。

我们于报告期内引入残料回收系统及其他配套举措，不仅成功减少洗发水物料残留，亦降低设备清洗用水量。

- 通过使用高压水枪代替传统的冲洗头，提高清洗效率，从而减少清洗过程中的水资源消耗；
- 改变材料的储存方式，从小桶（每个装25kg）改为大桶（每个装250kg），以减少储存容器的数量，降低材料的包装与运输成本，同时减少因桶体清洗而产生的水资源消耗。



残料回收系统

2021-2023年上海美丽妆园生产场所水资源管理绩效

水资源管理	2021年	2022年	2023年
生产用水量 (吨)	78,893	51,253	70,612
生产废水排放量 (吨)	56,779	45,838	60,020
废水回收再利用量 (吨)	16,787	8,793	6,169
COD排放量 (吨)	1.06	0.80	0.90

能源使用

爱茉莉太平洋中国制定并执行《节能降耗管理规定》等具体制度。美丽妆园生产场所严格遵循ISO 14001环境管理体系与ISO 50001能源管理体系的严格标准，积极探索和实施绿色发展策略。同时，爱茉莉上海美丽妆园生产场所通过改善生产流程、集中生产、提高工作效率等方式降低生产耗能；利用数字化系统，精细化追踪与管理能源使用，在线监控关键能源使用区域和设备的能耗数据。

2023年，在洁面乳的制备过程中，通过优化工艺、增加均质步骤以节省加热时间，同时制程环节中先加入热水溶解原料，再补充冷水实现制造罐快速降温等方式，减少能源使用。这一方法亦在吕花茶清漾凝润净屑护发乳的生产过程中得到应用。

2021-2023年上海美丽妆园生产场所能源耗用绩效¹²

能源耗用	2021年	2022年	2023年
天然气 (立方米)	454,969	421,932	336,912
汽油 (升)	5,893	4,063	5,600
光伏发电 (兆瓦时) ¹³	62.2	257.7	770.8 ¹⁴
生产用电总量 (兆瓦时)	10,304	8,056	6,354
全年能源消耗总量 (TOE) ¹⁵	2,588	2,276	1,884
单位产品综合能耗 (TOE/吨产品)	0.244	0.251	0.254

绿色运营

公司推行绿色运营策略，不断强化员工节能减排意识，多措并举从源头节约用电，同时积极提升设备使用效率。

2023年绿色运营亮点举措

提升员工节能减排意识：在员工手册中加入提升员工节能减排意识的相关内容，鼓励关闭会议室和办公区的空调、灯具等设备以节约能源，并设有巡逻人员监督电力使用，确保无人时关闭电器。

设备降耗：通过服务器资源优化，整合打印和日志服务，提升系统效率。2023年，公司打印纸张数同比减少5.68%，用电量下降12%；同时，公司升级打印服务并上线碳排放报告后，报告期内7月至12月通过升级打印服务减少碳排放1,502千克。

2021-2023年爱茉莉太平洋中国绿色运营绩效

能源耗用	2021年	2022年	2023年
办公室用电量 (度)	641,461	502,707	580,161
办公室用纸量 (吨)	6.45	3.24	2.79
墨粉盒 (个)	46	31	13

绿色店铺

爱茉莉太平洋中国将可持续理念融入绿色店铺的全生命周期管理中。公司在店铺设计、装修及运营过程中通过使用可持续属性材料、利用3D打印等新兴技术的方式减少对环境的负面影响。

2023年，公司亮相第六届中国国际进口博览会（以下简称“进博会”），与参展嘉宾及观众共同体验“美之旅程”。展台在精心构建的时光美学空间中应用新型再生材料，融汇自然保护灵感与现代科技，展现“美学”新力量。



PLATE [A]再造板亮相爱茉莉太平洋展台

在店铺布置方面，公司多措并举，降低室内照明设备功耗，预计共可节约电力消耗47,140千瓦时/年：

- ✓ 新型10W/米的高效节能灯管功耗降低16.7%；
- ✓ 导光板灯条更新，实现散温散热，功耗降低41.7%；
- ✓ 美容房配备可调节灯光，实现智慧亮灯，以满足不同场合的照明需求，整体功耗降低50%。

此外，雪花秀在专柜、快闪店铺等场景使用3D打印道具，实现材料节约。报告期内，公司通过回收再利用、3D打印技术等举措，实现店铺木材、塑料及金属节约量分别达3.5、0.8及3.5吨。

¹²如未另外说明，统计口径为上海美丽妆园生产场所。
¹³光伏发电来自上海美丽妆园生产场所二期厂房所安装的太阳能设备。
¹⁴上海美丽妆园生产场所二期厂房在报告期内增设太阳能光伏板，可再生电力生产及使用量显著上升。
¹⁵吨油当量 (Ton Oil Equivalent)。

生态保护， 关注生物多样性

爱茉莉太平洋多年来呼吁并参与“降低动物实验”行动，积极推进使用经森林管理委员会（FSC）认证的包装材料，不断提高RSPO认证棕榈油占整体棕榈油采购量的比例，致力于保护生物多样性，守护美好地球家园。

我们持续改良产品包装材质，积极推进使用经森林管理委员会（FSC）认证的包装材料，从源头实质性地减少采伐活动对森林生态和环境的破坏。



使用FSC认证的纸张制作可持续包装

公司始终致力于提高RSPO认证棕榈油的使用占比，助力应对气候变化，同时增强消费者对产品的信任。公司将更广泛地使用可持续棕榈油衍生原料，进一步减少在原料获取过程中对环境产生的负面影响。

90%



2023年，爱茉莉太平洋中国产品中RSPO认证棕榈油使用量占比约90%，较上一报告期显著提升（2022年为34.66%）



使用RSPO认证棕榈油用于品牌产品

案例：悦诗风吟重视动物福利，与供应商携手共行“禁止动物实验”承诺

动物福利、降低动物实验的理念体现对动物生命和自然权利的尊重，强调了人类与动物和谐共存的重要性。此外，不进行动物实验亦有助于提高公众对生物多样性保护的认知和参与。

2023年，悦诗风吟品牌呼吁供应商共同加强动物保护；同时，公司在化妆品采购合同的标准模板中增加一项新条款，要求所有供应商必须保证其开发和生产的全过程，包括所使用的原材料、辅助材料、包装材料以及半成品等，均不得涉及动物实验。

Chapter 5

友爱兼程 与社会携手同行

入华30多年来，爱茉莉太平洋扎根中国，
秉持“与社会、顾客同行”的理念，
在自身发展与成长的同时，
充分发挥资源优势与影响力，积极承担社会责任。
作为优秀的企业公民与值得信赖的合作伙伴，
公司正坚定推动世界美好改变。



58 关怀青年群体

62 赋能生态伙伴

关怀青年群体

青年是社会发展中的重要力量。在对全球大学生相关研究中发现，受困于心理健康的人口中有相当一部分是在校本科生或研究生。爱茉莉太平洋中国关注青年尤其是大学生群体的健康成长，并着眼于支持其心理需求和社会情感能力成长。

AMORE能量青年——传递能量

“AMORE能量青年”至今已走过四个春秋，在深入理解青年群体心理需求的基础上，持续开展创新多元的疗愈活动。秉承着为高校学生心理健康保驾护航的初心，2023年的“AMORE能量青年”项目再度焕新升级，以新理念塑造新模式，以新模式探索新角色，以新角色配合新体验，“三位一体”共同带动公益能量的正循环流动，让更多高校学生不仅能自愈，更能可持续地愈人，让这份守护心理健康的能量可以在每一位青年的心间生生不息地流转。报告期内，“AMORE能量青年”继续深入校园，走进全国24个城市的31所高校，开展线上线下活动60场，约9800名高校学生受益。

能量骑士——一起传递能量棒

2023年，“AMORE能量青年”解锁全新“能量骑士”概念，秉持“互助共学，彼此疗愈”的理念，深入赋能领域，精心开展一系列线上及线下的集中培训及体验式实践，结合标准化内容及成长路径规划，已成功赋能部分青年更专业地掌握心理健康、社会情感学习及活动组织的相关知识及技能，成为可以为同辈提供心理服务活动的“能量骑士”。在原先导师对话学生的单向沟通模式基础上，我们探索出一条“导师-学生”、“学生-同伴”的双向沟通模式，陪伴更多热心校园公益的大学生从原先的受助者转为施助者，实现了受助-助人的公益正循环，为项目注入旺盛的可持续生命力。



能量骑士活动现场

校园体验再升级，精彩纷呈不断

为切实帮助同学们感知情绪、释放压力，项目携经典及创新活动继续深入校园，为青年学生带去更丰富、趣味性更强的活动体验。其中，人气颇高的“超级蓄能站”路演活动让参与的学生不仅可以匿名“吐槽”，亦可以为他人带去温暖鼓励和行动建议，收获双份能量；“能量工坊”以小组为单位，共同分享“人际关系”中的困扰，引导参与者实现深度探索和有效的自我关怀；“能量夜跑”激活身体，善待自己从健康开始。

案例：“能量骑士”的动人疗愈瞬间

「用2小时 我唤醒了对世界的好奇心」

中国地质大学心理学专业傅同学：刚进入新学校的新环境时，我有一阵每天都躺在床上，不知道能做什么，直到看到了能量骑士的招募。作为心理学专业的学生，我自然而然地被“AMORE能量青年”的心理话题吸引，也想通过这个项目 and 志同道合的同学多交流。参与活动的2小时成为我一天中最有能量的时光。在带领活动、互相倾听和分享的过程中，我学会理解和接纳自己，更唤醒了对一切感到好奇的探索欲。



青年学生参与“超级蓄能站”路演和“能量工坊”，关注情绪，释放压力

每个人的经历都值得被聆听和尊重。“AMORE能量青年”引入全新互动体验形式“一人一故事剧场”，以戏剧形式让参与者从不同视角回看焦虑本身，帮助同学们更好地疗愈内心。“一人一故事剧场”活动一方面能够帮助参与者了解自身情绪状态，将内心感受具象化，另一方面能够让参与者在彼此的故事中共情当代大学生的共同处境与普遍困扰，减少独自面对挑战的孤独感，在彼此的支持中互相给予能量。



一人一故事、能量夜跑，全新形式引关注

直播课+训练营，持续滋养“自愈力”

丰富线下体验的同时，针对学生们普遍反馈的对人际关系、自我接纳、精神内耗等主题的关注，“AMORE能量青年”以线上精品内容回应需求，为青年大学生提供“线上加油站”。项目全年累计发起7次主题直播课及2场线上心理训练营，从日常练习入手，重新激活青年大学生对生活的好奇心和幸福感，引领同学们心理自助，习得心理“自愈力”。



线上直播课程，关怀青年群体心理健康



不止于Z世代，扩大项目号召力

在大学生群体外，爱茉莉太平洋中国亦通过丰富多样的活动号召社会各界共同关注青年心理成长，并希望将疗愈的力量带给更多群体。在5月及10月的“超级能量月”期间，公司分别在成都和广州策划2场媒体心理私享会，共同带动公益能量循环流动，携手拥抱身心健康的美好生活。

媒体私享会以“观自在，寻自我”为主题，通过品茶茗茶、闻篆香、聆颂钵、解困惑等身心滋养活动，让嘉宾疗愈身心、愉悦心情。活动中，能量导师、嘉宾等就自我发展、心理健康等话题深度交流，了解更多自我关怀方式。两场活动共吸引近40家媒体嘉宾参与，并获得一致好评。



2021-2023年爱茉莉太平洋中国“AMORE能量青年”活动绩效

	2021	2022	2023
线下活动场次(次)	12	21	48
线下活动参与人次(人)	1,575	3,260	3,800

赋能生态伙伴

爱茉莉太平洋中国致力于与合作伙伴一同建立可持续的商业协同生态模式，积极参与行业分享及产学研交流活动，分享自身优秀经验及成果，助推行业可持续发展。

行业共促

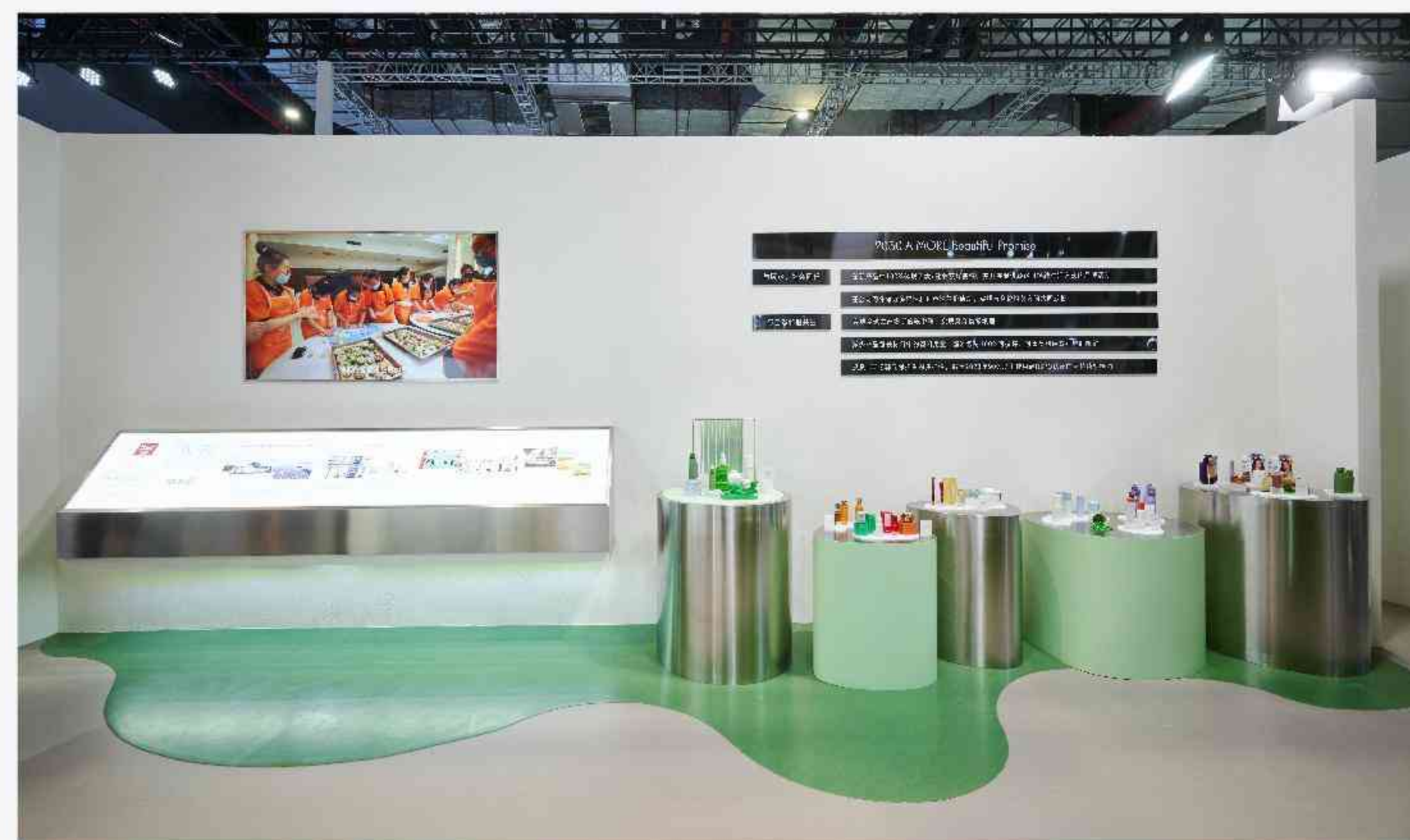
案例：智善共生，耀美未来——爱茉莉太平洋亮相第六届进博会

进博会是世界第一个以进口为主题的国家级展会，为企业贸易互通和技术交流提供优质平台。2023年，爱茉莉太平洋以“智善共生，耀美未来”为主题，连续第六年参展进博会，携旗下雪花秀、兰芝、悦诗风吟、梦妆、吕和魅尚萱六大品牌共800余件展品、10余件新品，全方位展示集团多年来在绿色美妆和研发领域的丰硕成果，诠释“铸就美丽世界”的庄重承诺。

公司的展台设计以“美之旅程”为主线，通过“探溯源”“品当下”“耀未来”三大核心区域，为现场观众提供难忘的沉浸式寻美体验。展台特别设置“绿色承诺区”，通过丰富的影像资料展示公司在绿色可持续方面的创新与实践，体现负责任的企业形象。



1 爱茉莉太平洋第六届进博会展台



2 爱茉莉太平洋进博会展台“绿色承诺区”

案例：参与行业协会活动，了解化妆品行业发展趋势

2023年11月，爱茉莉太平洋作为重点化妆品企业和香化协会副理事长单位，受邀出席“中国香料香精化妆品工业协会年会暨高质量发展大会”及“香化行业可持续发展论坛”等系列论坛活动，了解化妆品行业市场发展趋势、化妆品监管法规更新等内容，并分享自身优秀实践经验。大会上，公司旗下兰芝品牌牛奶水和悦诗风吟品牌小绿瓶获高度认可，分别成功获评协会“化妆品创新产品”和“化妆品升级产品”奖项。

案例：开展化学品安全科普，携手监管部门与消费者“共治共享”

2023年5月，爱茉莉太平洋中国积极响应上海市嘉定区药品监督管理局号召，以线上结合线下的方式，向消费者科普安全美妆知识。公司通过设立咨询点、组织专家讲座等方式，向消费者介绍化妆品选购知识、企业品质管控等内容，广泛宣传化妆品安全使用知识，全力保障消费者使用安全。



化妆品网络经营合规线下沙龙活动

产学研合作

爱茉莉太平洋中国以消费者需求为先，坚持走研发创新之路，与行业专家、协会及高校合作，结合其理论研究优势与公司生产实践，打造可持续发展的产学研合作模式，探索技术创新，推动行业进步。

公司与北京工商大学开展持续的学术研究合作，共同探索技术创新和产品研发突破。此前，双方就公司核心美白成分“Melasolv™”相关美白机制开展研究，并进行符合本土需求的原料开发。

为进一步保障产品安全，公司聘请国内权威的毒理学专家、皮肤科医生作为科学顾问，为产品安全评估、功效研究和验证提供科学咨询，并积极参与上海毒理学会开展的高水平毒理学会活动，完善安全评估人员自身知识体系，强化内部安全评估能力。

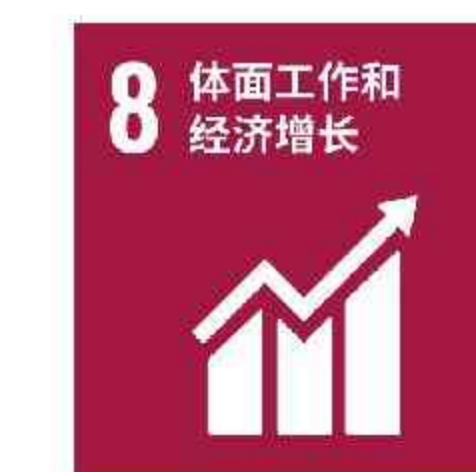
此外，公司积极参与浙江食品药品检验研究院牵头的多项团体标准工作，为行业评估方法标准化、规范化工作添砖加瓦。

Chapter 0

多元包容 与员工相依并进

- 66 兼容并蓄的工作环境
- 71 共同成长的企业文化
- 73 安全健康的生产平台

员工是我们最宝贵的财富。
爱茉莉太平洋中国秉持与员工共发展的理念，
致力于打造多元、包容与平等的企业文化，
不断提升员工幸福感与归属感。
公司为员工提供健康安全的工作环境、
强有力的职业发展体系以及不断完善的福利体系，
充分激发员工潜力，携手实现“New Beauty”。



兼容并蓄 的工作环境

多元平等与共融

爱茉莉太平洋充分认同、接纳并重视个体之间的差异。我们希望构建多元、平等、共融的文化与工作环境，让公司成为多元人才平等交流、合作创新与共同成长的土壤，驱动企业持续创新与可持续发展。

爱茉莉太平洋中国坚持以公平、公正的原则吸纳优秀人才，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，抵制一切形式的童工和强迫性劳动，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，公司对不同性别、国籍、地区、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。报告期内，公司未发生与歧视、强制劳工及雇佣童工相关的违法违规事件。

公司关注保障女性员工合法权益，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”。2023年，爱茉莉太平洋中国荣获前程无忧颁发的“2023年女性领导力发展典范”奖项，公司在女性员工培养与关爱方面的杰出表现受到认可。截至报告期末，公司高级管理层中女性占比达到50%。

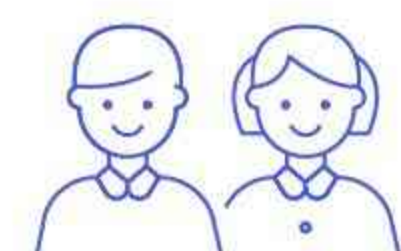
100%



2023年，公司劳动合同签订率为100%

指标	2021年	2022年	2023年
员工总数 ¹⁶ (人)	6,347	3,627	2,315
一般员工总数 (人)	1,592	1,286	989
其中, 男性员工数 (人)	411	384	263
其中, 女性员工数 (人)	1,181	938	726
残疾人雇佣人数 (人)	8	8	7
高层管理者 中本地员工比例 (%)	60.90	56.50	57.14
员工本地化率 (%)	94.7	97.8	94.1

989人



2023年，一般员工总数为989人

吸引与保留人才

爱茉莉太平洋中国力求汇聚多元化的优秀人才，期望以员工的多元专长、视角和观点为业务创新注入新鲜活力。我们建立多种人才招聘渠道，包括实习生计划、校园招聘、社会招聘、离职返聘等，以广泛吸引和保留优秀人才。

为进一步提高候选人与岗位匹配的效率，公司编制《面试官手册》对面试官行为进行规范，确保整个招聘过程专业高效。自2022年起，公司在招聘环节启用Predictive Index (PI) 测评工具，对每位候选人认知能力、行为能力和岗位要求能力进行评估，分析候选人的性格特征和能力特点，评判候选人行为习惯和岗位认知与职业要求的匹配程度。

公司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。为确保候选人深刻了解并与企业文化相契合，公司在面试中增加Culture Fit环节，通过上述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。

案例：内部转岗，扩大职业发展空间

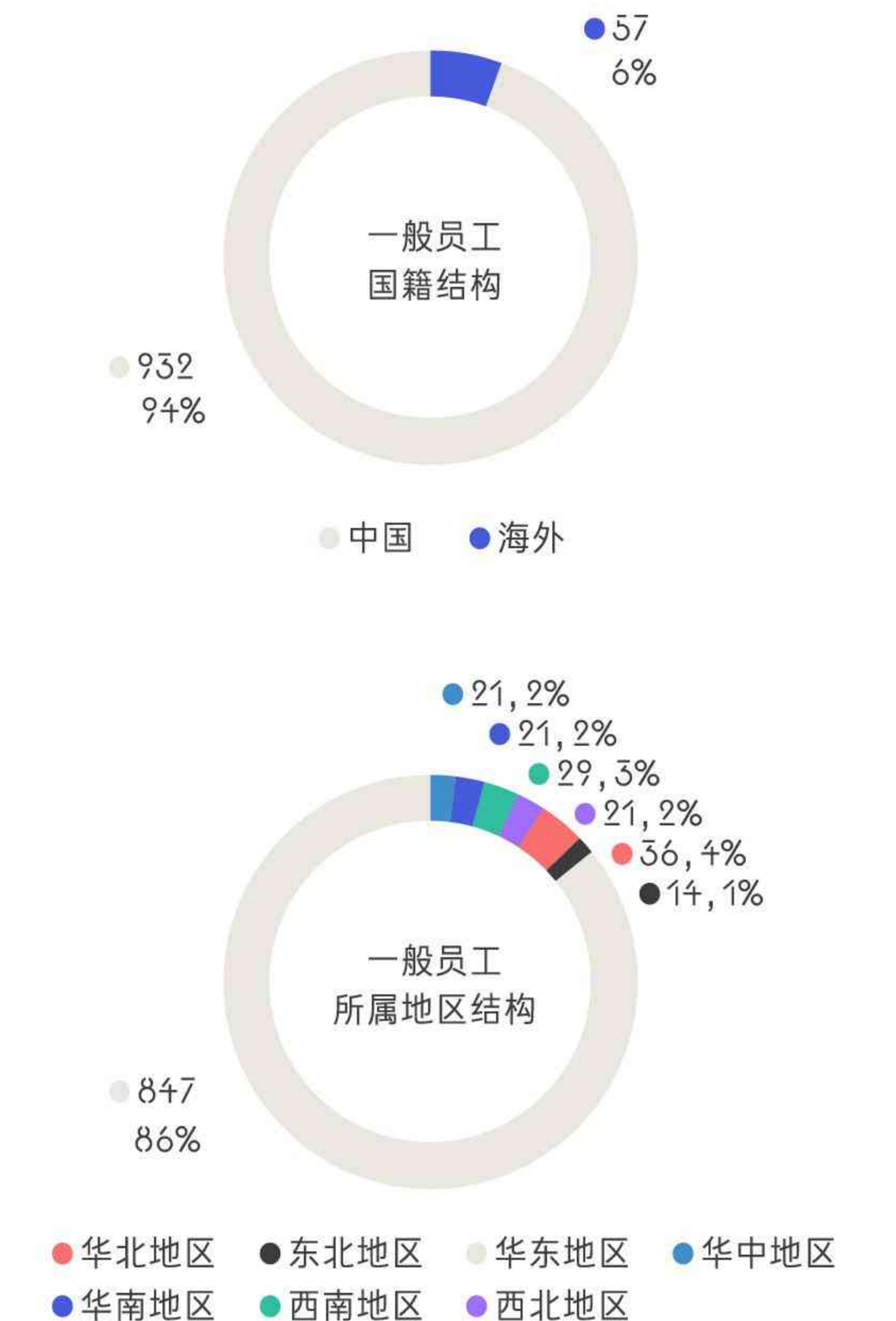
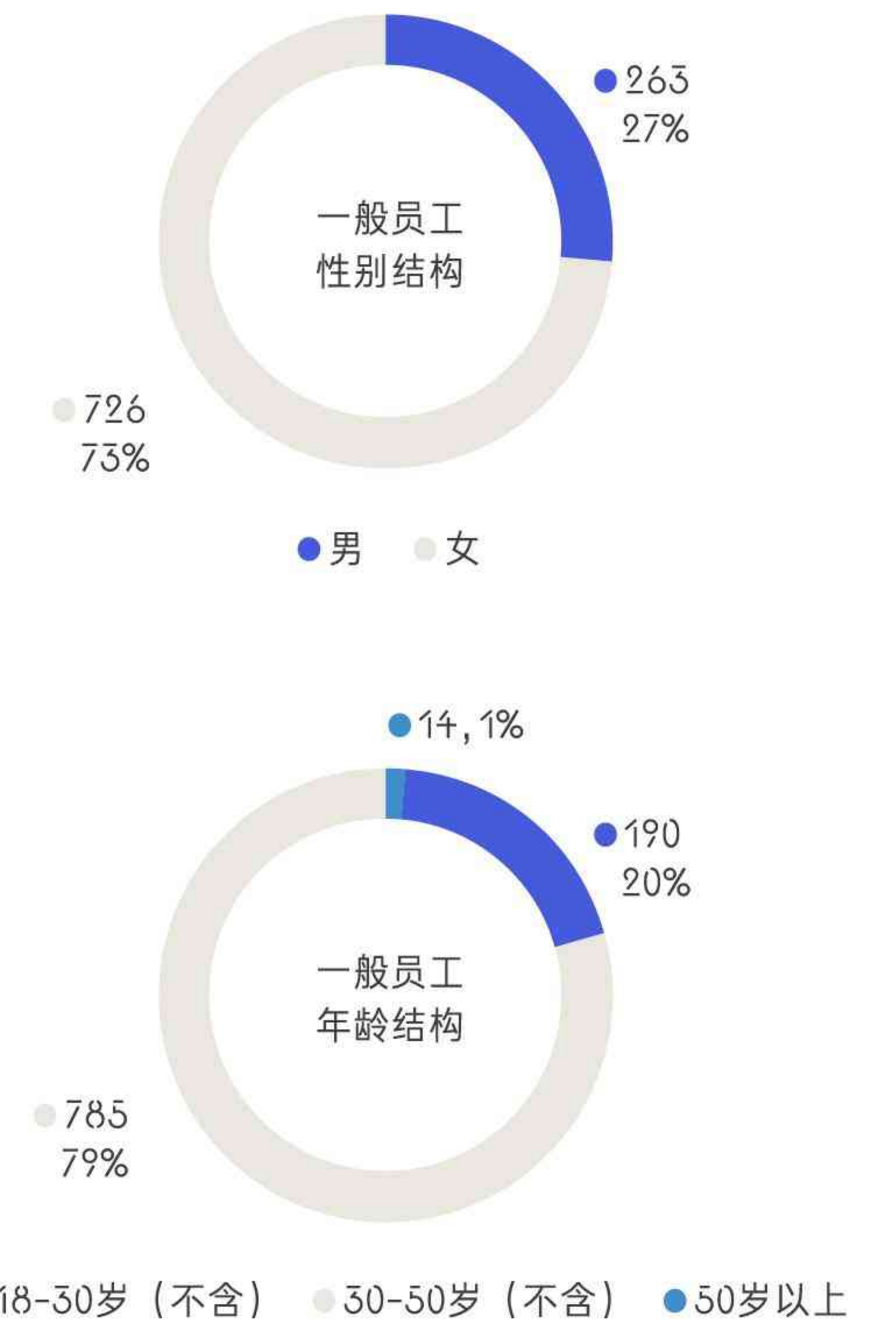
为保持人才活力，公司强化人才流动机制，充分挖掘员工潜力，允许并鼓励员工根据自身职业规划和公司岗位空缺情况，应聘公司内部其他岗位，探索更广阔的职业发展空间。高潜人才的内部流转不仅能够提升员工个人能力，助力其成为多元复合型人才，亦能实现人才在公司内部的健康流动，推动企业长久发展。

公司的宋同事已在爱茉莉太平洋工作8年之久。8年间，宋同事与公司携手成长，以优秀的自身能力适应不断发展的市场对公司及品牌的要求。我们意识到她的能力能够为企业创造更大的价值，因此与她积极沟通，鼓励她尝试新的岗位，并帮助她成功完成内部转岗。

2021-2023年爱茉莉太平洋中国一般员工流失率指标绩效

指标	2021年	2022年	2023年
员工流失人数 (人)	566	521	394
员工流失率 ¹⁷ (%)	26.23	28.85	28.49

2023年爱茉莉太平洋中国雇佣结构绩效



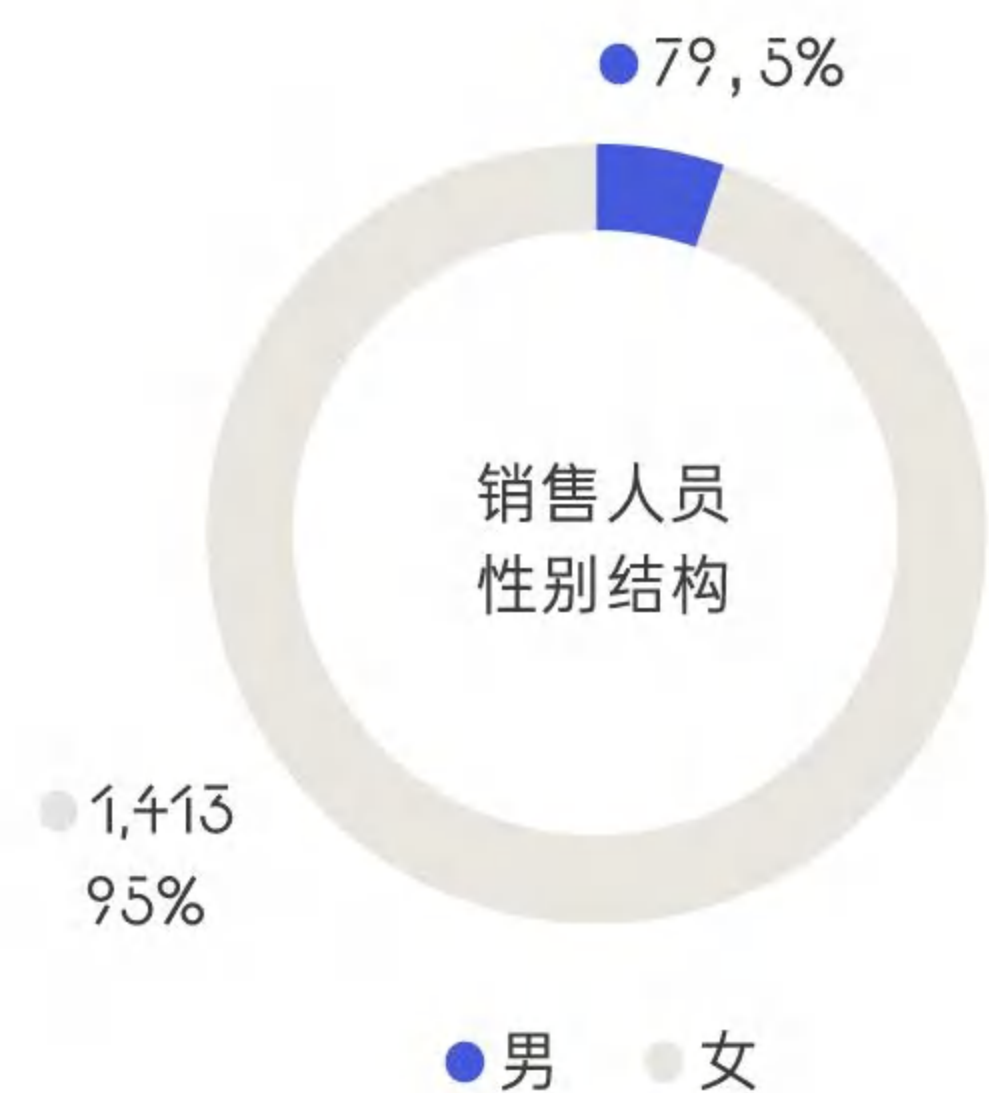
16. 为一般员工（正式员工）与门店美容顾问的人数总和。

17. 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）

1,492人



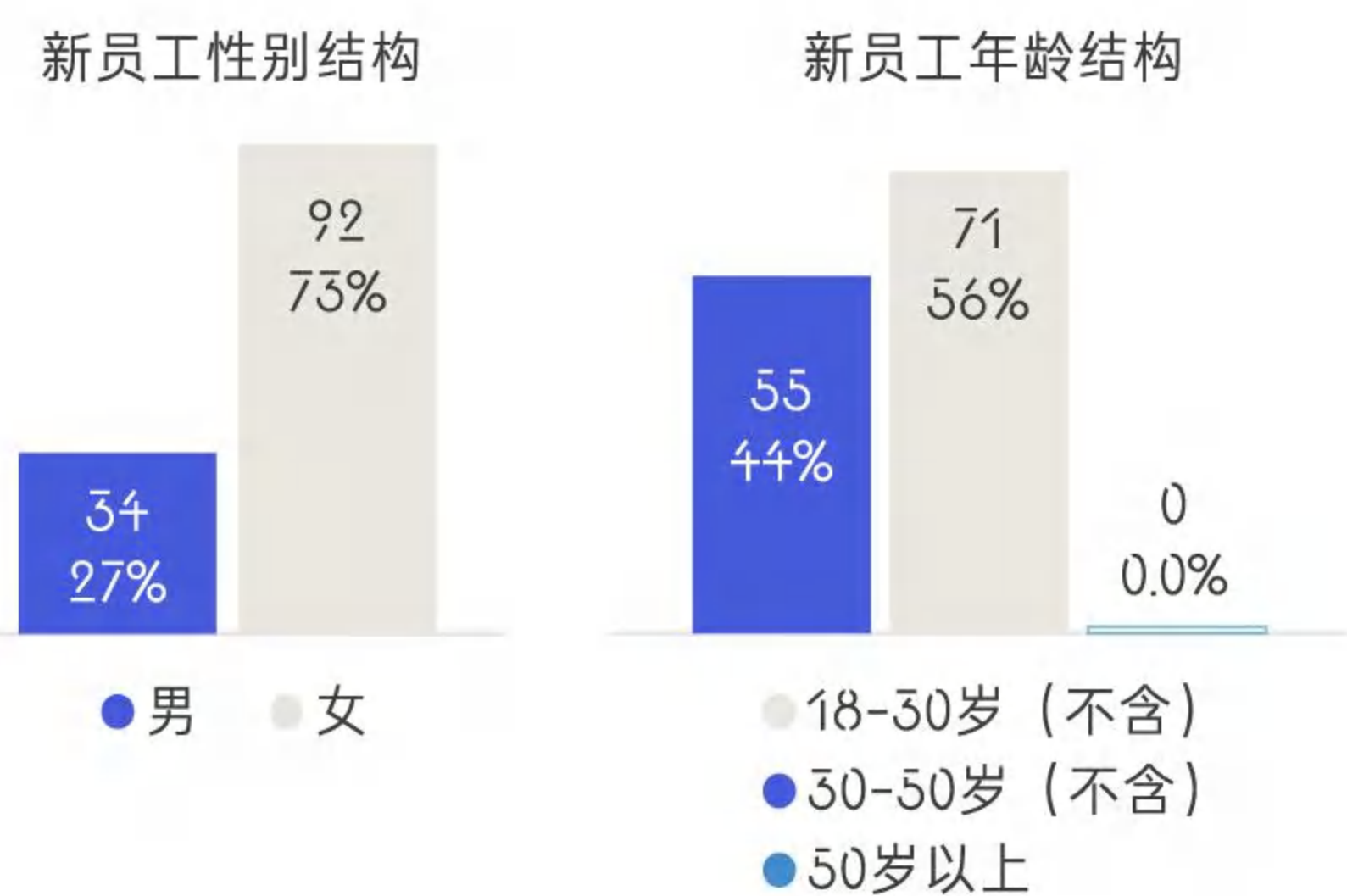
2023年，销售人员¹⁸总数为1,492人。



126人



2023年，新员工总数为126人



员工福利与关怀

公司珍视每位员工的辛勤付出，秉持“以人为本”的原则，从员工所盼所想出发，提供具有吸引力的福利与关怀，帮助员工实现工作与生活之间的平衡，提高员工幸福感。

18. 销售员包括一般销售人员与门店美容顾问。
19. 员工帮助计划是由企业为员工设置的一套系统的、长期的福利与支持项目。通过专业人员对组织的诊断、建议和对员工及其直系亲属提供专业指导、培训和咨询，该计划旨在帮助解决员工及其家庭成员的各种心理和行为问题，提高员工在企业中的工作绩效。

爱茉莉太平洋中国员工福利

- 舒适的办公区域**
符合人体工学的办公桌椅、开放通透的休息区、设施良好的茶水间
- 保险福利**
缴纳五险一金以及法律规定的其他保险福利；配备补充型商业保险保障
- 健康关怀**
组织年度体检，并为女性员工增加女性多发疾病检查项目；员工帮助计划¹⁹
- 生活平衡**
灵活的工作时间；年假、育儿假、婚假等丰富假期；多样员工团建活动
- 特色福利**
丰富多彩的节庆活动；节假日产品福利；季度福利品；生日关怀；高温慰问等
- 关爱家人**
为员工未成年子女购买补充商业医疗保险；为符合工龄条件的员工提供免费家属体检资格

16.6天



年人均带薪休假16.6天

100%



2023年，公司员工社会保险覆盖率100%

指标	男	女
有权享受育儿假的员工总数(人)	263	726
休育儿假的员工总数(人)	4	51
育儿假结束后在报告期内返岗的员工总数(人)	4	51
育儿假结束后返岗且1年后在职的员工总数(人)	5	33

2023年，为全方位谋求员工福祉，公司开展“员工福利调查”，邀请员工对福利改善提供宝贵建议。公司充分考虑员工建议并结合外部资源，从健康关怀、提升归属感、加强沟通三个方面优化现有福利方案并于2024年规划实施，努力为员工创造积极与支持性的工作环境。

案例：Spirit Bonus，激发员工主动性

为激发全体员工积极性与主动性，我们不断完善公司激励机制，通过优秀员工评选与表彰等活动对优秀员工予以肯定，树立员工榜样。报告期内，公司人力资源部发起Spirit Bonus评选，对符合公司文化导向且对公司业绩做出贡献的员工进行表彰，让员工感受到自身价值和对公司的重要性，激发员工内驱力，以更好的精神面貌投入工作中。2023年，公司共16名员工获得Spirit Bonus。



案例：78载“周年庆”，与员工共同分享喜悦与收获

爱茉莉太平洋坚持与员工共同成长，分享发展成果。2023年是集团成立78周年，公司举办“周年庆”活动，与员工共同分享周年喜悦。为感谢全体员工的辛勤付出，公司为员工发放丰富的福利，并通过趣味游戏，加深员工对公司文化的了解，增强员工归属感。

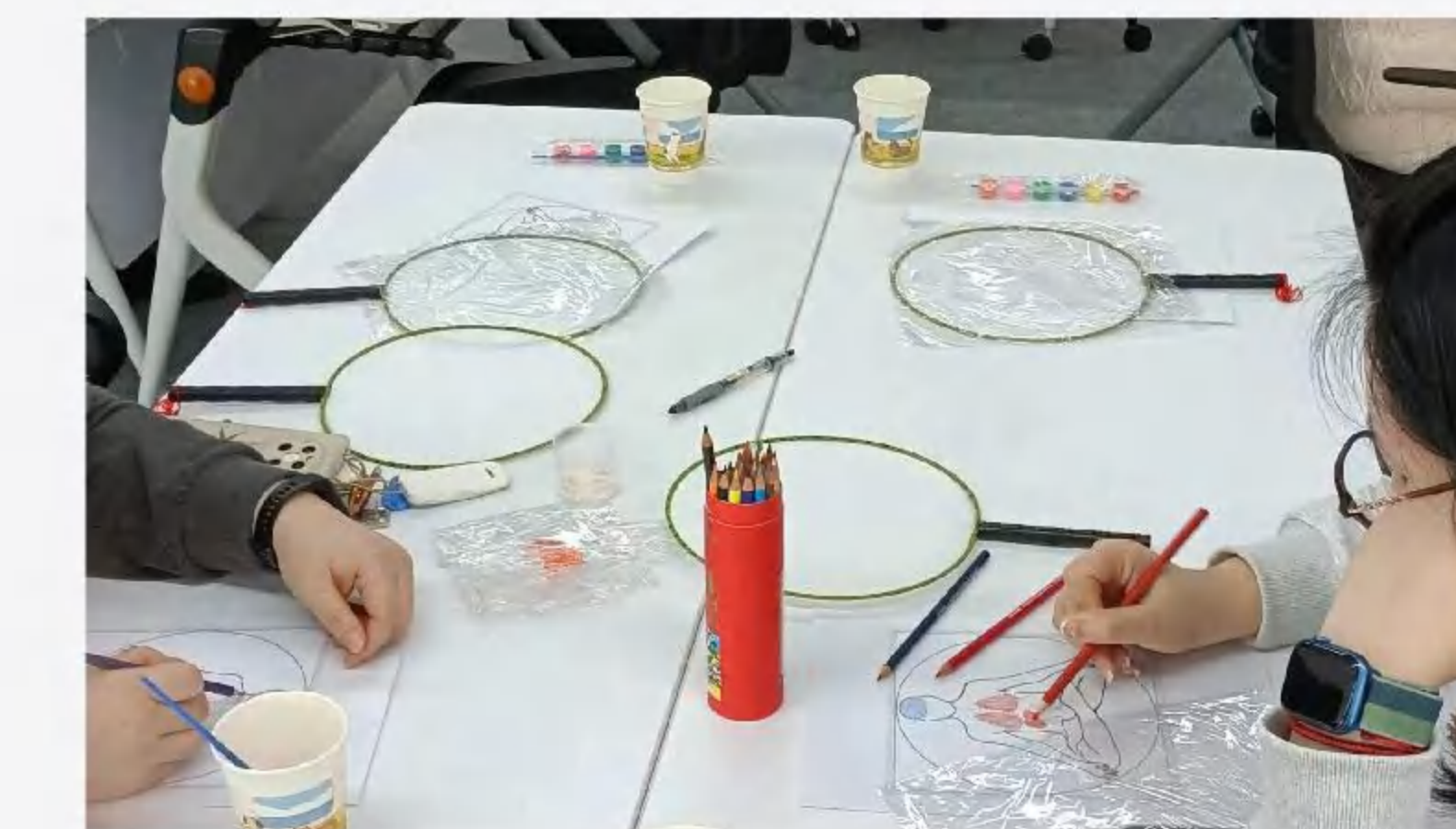


案例：举办多彩趣味活动，支持工作与生活平衡

公司希望为员工提供“有温度的日常福利”，帮助员工在工作中保持活力。我们定期组织工厂员工参与节假日特色活动、读书会活动、观影活动等集体团建活动，促进员工交流互动，共同营造温暖的团队氛围。



1 女神节活动



2 “曼陀罗放松绘画团扇”活动



3 读书会活动



4 观影活动

员工沟通

良好有效的沟通是公司与客户携手同行、共同发展的基础。爱茉莉太平洋中国主动聆听员工心声，开通并维护多种沟通渠道，持续营造开放、透明的沟通氛围。公司希望员工能够发挥主人翁精神，主动表达对工作和生活的真实想法和诉求，为团队和公司更好地发展建言献策。

爱茉莉太平洋中国员工沟通措施			
日常沟通渠道	面对面沟通	企业信息发布	敬业度调查
设置员工意见箱、部门邮箱、线上人力资源系统互动板块及热线电话等	人力资源部定期开展员工访谈，接收并反馈员工对公司发展的想法和建议	开设官方微信公众号与同名小程序“茉莉Plus”，发布企业最新信息	开展年度员工敬业度调研，获知员工真实想法

案例：同心同行，与高管面对面沟通

爱茉莉太平洋始终希望与员工团结一心，携手同行。2023年，为鼓励中国员工的工作士气，增强员工与公司的沟通和信任，爱茉莉太平洋中国针对5大品牌分别举办了员工大会，邀请各品牌高管和员工出席。活动中，高管聚焦总部经营战略、各品牌发展方向等内容与员工深入分享；员工亦发挥主人翁精神为品牌发展出谋划策，以自身价值推动品牌前行。调查反馈显示，员工对此次活动的高效沟通给予了高度评价。

共同成长的企业文化

爱茉莉太平洋中国希望每位员工都能在公司发挥价值，在工作中寻找到属于自己的“New Beauty”。为此，公司提供高质量的学习平台，为不同岗位的员工配置丰富的学习资源，提供定制化的课程和发展指导，助力员工挖掘自身潜力。同时，公司希望员工充分认可并实践企业文化，在工作中发挥专业与热情。

文化宣导

差异化的企业文化与价值观是企业风格最鲜明的体现。爱茉莉太平洋中国持续开展企业文化宣贯，希望每位员工能够理解企业文化的内涵，并将其付诸于行动，转化为良好的思维习惯和行为方式，以保持长久的竞争力。

2023年，公司将企业文化融入到包括周年庆、年会等在内的各项大型活动中，让企业文化潜移默化地融入员工工作与生活的方方面面。公司亦邀请部分员工前往韩国总部进行文化溯源，感受爱茉莉太平洋孕育多年的企业魅力。

案例：新员工文化宣导，潜移默化了解爱茉莉太平洋历史

新员工是爱茉莉太平洋的新朋友，公司希望新员工能够快速了解企业文化，融入企业氛围。我们会为新入职员工详细介绍公司的悠久历史、品牌及产品属性，以便让员工了解爱茉莉太平洋在美妆行业的专业性。公司亦邀请每位新员工前往位于上海嘉定区的“美丽妆园”参观，体验化妆品生产过程，了解严谨的供应链管理体系。公司策划快问快答、文化绘图等多种趣味游戏，为新员工发放企业文化周边和徽章。通过趣味游戏，寓教于乐，在收获快乐的同时让企业文化和ABC Spirit深入人心。



精准赋能

公司的可持续发展与员工的成长密不可分。公司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。为满足员工多样的学习需求，公司面向不同岗位、不同职级的员工建立完善的培养体系，以企业文化、新员工培养、领导力、专业技能和通用能力等板块为抓手，助推员工实现自我成长与职业生涯突破。

案例：支持新人发展，促进心态转变

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，亦是新员工融入公司环境、快速成长的助推器。我们为管培生群体提供定制化的入职培训，帮助他们了解公司历史、业务与文化，以便快速适应和融入新环境；强化通用技能、心态认知等内容，助力管培生提升综合能力。

除基础课程学习外，我们开展了管培生进阶培训项目，其中管培生以小组合作、个人汇报等形式，解决实际工作中可能遇到的问题，协助管培生构建对商业模式的初步认知，培养问题分析与解决能力和逻辑化沟通与表达技巧，实现从学生到职场人的转变。



管培生进阶培训项目

案例：管理层持续成长，收获进阶之美

优秀的管理层是良好工作氛围和和谐向上团队不可或缺的一环。我们倡导管理者持续自我提升，为其创造持续学习的机制与氛围，帮助其不断开拓视野，突破边界，满足市场及业务日益复杂的需求。我们面向潜在领导者、新领导者、资深领导者和高管设置各有侧重的领导力培训项目，从基础技能、上下级沟通、数字洞察、风险管理等方面，助力领导者高效成长，从而为团队及公司赋能。

新晋领导者	理解团队领导角色，学习基础领导力知识、跨部门及绩效管理技能等
资深领导者	提升团队领导力，进一步掌握员工激励、问题解决等方法以带领团队实现组织目标
高级管理者	培养战略与创新思维，引领组织前行

案例：赋能员工成为“领域专家”

稳步前行的团队离不开专业的成员。我们根据员工专业领域、职级和岗位能力需求配置不同的学习资源；员工能够按自身兴趣、需求选择与自身发展阶段相匹配的合适课程和学习方式，提升专业技能和核心竞争力。其中，面对数字化转型浪潮，我们洞察数字时代趋势对员工的要求，梳理数字化人才标准并提供针对性课程，助力员工成为各领域的专业人才。

2023年员工培训绩效

指标	2023年
员工培训时长（小时）	2,930
员工培训投入（万元）	29.4
员工培训人次（人次）	1,465

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，以及“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，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，公司全体员工均已接受定期绩效考核与职业发展评估。

案例：趣味视频，支持员工清晰了解绩效评估流程

为使绩效评估流程清晰、透明，提升员工对目标设定和绩效评估的相关理解与能力，我们在报告期内特别推出趣味视频，将目标设定与绩效评估目的与流程以动画说明和情景模拟结合的形式展示给员工。通过趣味视频，员工能够了解如何设定符合自身情况的恰当目标；领导者能够学习如何与下属沟通，帮助其设定目标并实现成长。



“绩效评估流程”解读趣味视频

安全健康的 生产平台

爱茉莉太平洋中国始终将员工健康与安全置于首位，不断提高生产安全管理水平，持续完善职业健康管理体系，致力于打造健康安全的工作环境，保障员工“美”的安全感。

安全生产

公司严格遵守《中华人民共和国安全生产法》等法律法规，搭建职业健康管理体系，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，高效落实各项职业健康与安全管理工作，为员工提供安心安全的工作场所，全面保障员工健康与安全。2023年，公司成功通过ISO 45001职业健康安全体系年审及安全生产标准化（二级）复评。



安全生产责任

公司建立健全的安全生产管理分级责任体系，制定并执行《安全生产责任制度》《安全生产目标管理制度》等内部文件，明确各级部门及人员的安全生产职责。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，负责审查安全生产工作责任制的落实情况。自2021年起，公司已连续三年持续增加安全生产投入，为员工安全保驾护航。

指标	2021年	2022年	2023年
安全生产投入（万元）	159	170	185

安全风险防控

报告期内，公司积极响应国家要求，成立双重预防机制工作小组，开展风险分级管控和隐患排查治理双重预防机制管控工作，对所有生产工艺过程和区域进行安全风险排查，要求从管理者到一线员工全员参与。公司的各层级人员针对不同级别的安全风险认真落实管控措施，在现场张贴重要安全风险告示牌以警示员工注意防范，对风险进行有效管控。针对排查出的隐患、风险点，我们按照其风险等级，安排专门的负责人进行整改，做到全方位、全覆盖与全跟踪。

2023年，公司每月开展综合安全检查，每季度开展专项安全检查，对识别出的小型风险制定整改计划，并持续监督推进。公司在报告期内未发现重大安全隐患。未来，公司亦将每年开展安全风险辨识、评估、分级、管控工作，定期按照隐患排查方案进行排查和治理，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，维护公司安全管理。

0



2023年度未发现重大安全隐患

0



因工死亡或造成重大伤害的员工总数为0

3



因公受伤的员工总数为3人，工伤率为²⁰0.30

²⁰ 参考GRI标准，基于200,000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1,978,000小时。

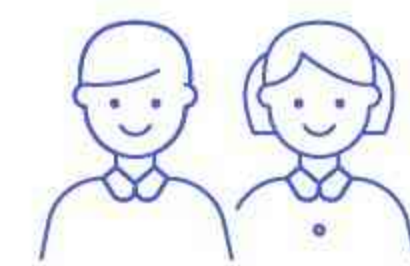
应急管理保障

为提高全体员工应对突发事件的能力，最大程度预防和减少突发事件带来的损害，公司制定《生产安全事故综合应急预案》，不定期开展各项应急演练，并根据演练总结持续完善突发事件应急处置响应流程。2023年，我们开展消防、特种设备和化学品泄漏三项主题应急演练，发现部分员工应急观念和反应速度有待提高，已通过加强应急教育培训对员工安全意识与能力予以提升。

职业健康

爱茉莉太平洋中国搭建了完善的职业健康管理体系。公司遵守《中华人民共和国职业病防治法》等法律法规，制定并执行《职业健康管理制度》，定期对职业病危害因素进行识别和监测，为相关员工配备安全帽、防尘面罩等劳动保护用品并严格执行“岗前、在岗、离岗”职业健康体检要求，跟进员工身体健康状况。截至报告期末，公司职业健康体检率为100%，且未发生任何职业病案例。

0人



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

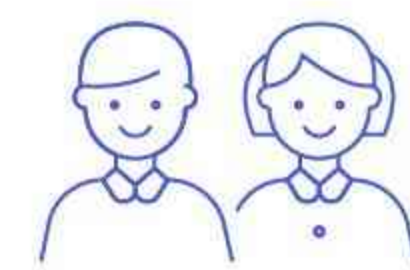
安全培训

为营造“安全第一、注重健康、关爱生命”的良好氛围，公司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，覆盖设备操作培训、安全生产意识培训等多个主题，确保全体员工精准学习并掌握安全知识与技能。



安全生产教育培训

13次



2023年员工安全生产培训次数为13次

100%



2023年员工安全生产教育培训率达100%

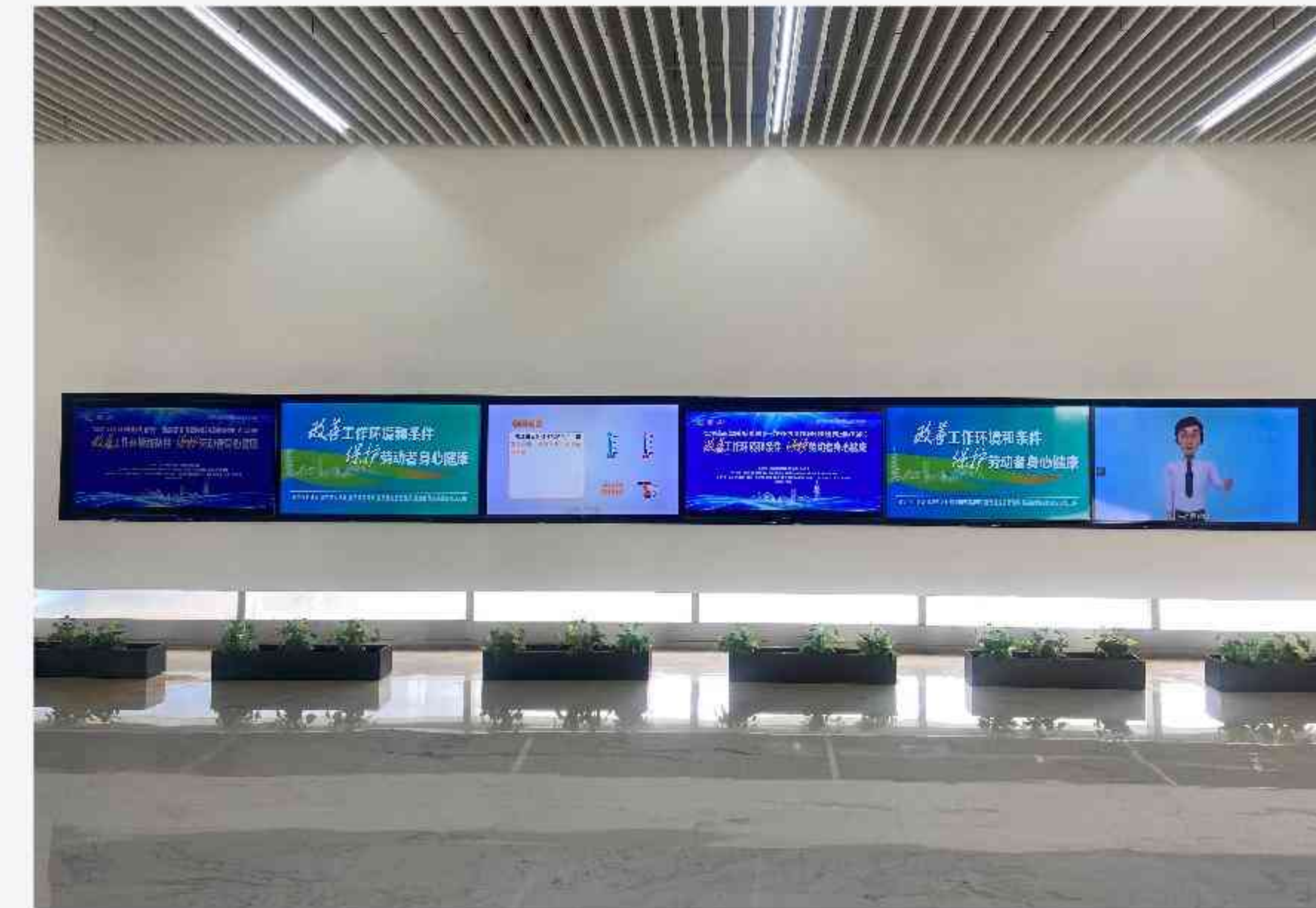
1,369小时



2023年员工安全生产培训共计1,369小时

案例：举办职业病防治宣传周，共护员工安全

为提升员工职业健康防护意识，改善工作环境和条件，报告期内，我们联合嘉定区卫健委和嘉定区应急管理局承办“职业病防治宣传周”活动，同时为员工科普《中华人民共和国职业病防治法》的各项要求、工作中潜在的职业病危害要素及职业病诊断流程等内容，提醒员工采取合理的防范措施保护身体健康，有效提高安全防护能力。



“职业病防治宣传周”活动

Chapter 7

可持续发展管治

- 78 我们的可持续发展管理
- 82 可持续供应链管理
- 85 合规经营与商业道德

可持续发展管治对企业推行可持续发展具有决定性作用，
关乎公司在环境、社会及治理（ESG）层面的决策与行动。
爱茉莉太平洋中国高度重视并持续完善可持续发展管治，
通过制定严谨政策、设定量化指标、
优化管理体系以及强化内外部沟通等方式，
确保公司及价值链的商业活动与可持续发展目标相符。



我们的 可持续发展管理

可持续管治框架

爱茉莉太平洋中国按照集团整体规划的ESG管理战略和标准，不断深化和完善自身的ESG管理体系。公司的可持续经营委员会作为顶层决策核心，由公司总裁担任主席，肩负制定与指导ESG战略方向、审批可持续发展报告以及主持定期会议等重要职责。总部设立的可持续经营支持团队紧密配合公司项目管理部门，着力推动各项可持续发展计划的具体实施。此外，工作小组由各部门代表组成，涵盖客户关系、产品责任、伙伴责任、员工责任、环境与安全及社会发布和报告发布职能，负责将可持续发展目标细化并融入日常运营之中，并通过提升各业务板块在可持续方面的表现，合力驱动公司全面达成设定的可持续发展目标。



可持续风险管理

爱茉莉太平洋中国高度重视ESG风险识别与管理，不断强化风险管理能力以应对运营过程中的多元挑战。公司构建多层次的风险防控体系，在董事会层面设立专门的风险管理体系，旨在有效应对外部政策经济变动、市场环境变化、社交媒体影响以及利益相关方诉求等各类潜在风险；董事会下设的风险管理委员会扮演着企业风险管理最高决策机构的角色；执行层则由首席风险执行官领导，并辅以风险管理团队和各职能领域附属委员会，确保风险管控的深度与广度。职能附属委员会专注于识别并报告与可持续发展相关的议题。

此外，通过建立与利益相关方的有效沟通机制，公司积极借鉴行业内外的风险案例分析结果，持续更新和完善ESG风险数据库，并结合可持续发展战略规划，优化ESG风险应对策略与防范措施，力求实现全面而有效的风险防控。

利益相关方沟通

爱茉莉太平洋中国致力于通过多元沟通方式加强与各利益相关方的紧密联系，以增强公司运作的透明度。我们密切关注并积极回应各利益相关方在可持续发展议题上的关切与建议，将这些反馈有效融入公司决策层，转化为具体可行的可持续发展目标和行动方案。通过不断优化内部管理与技术创新，我们与利益相关方形成互助互进的关系，并持续为其创造可持续的价值增长。

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
一般普通员工	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	每月、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“AMORE能量青年”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

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“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。

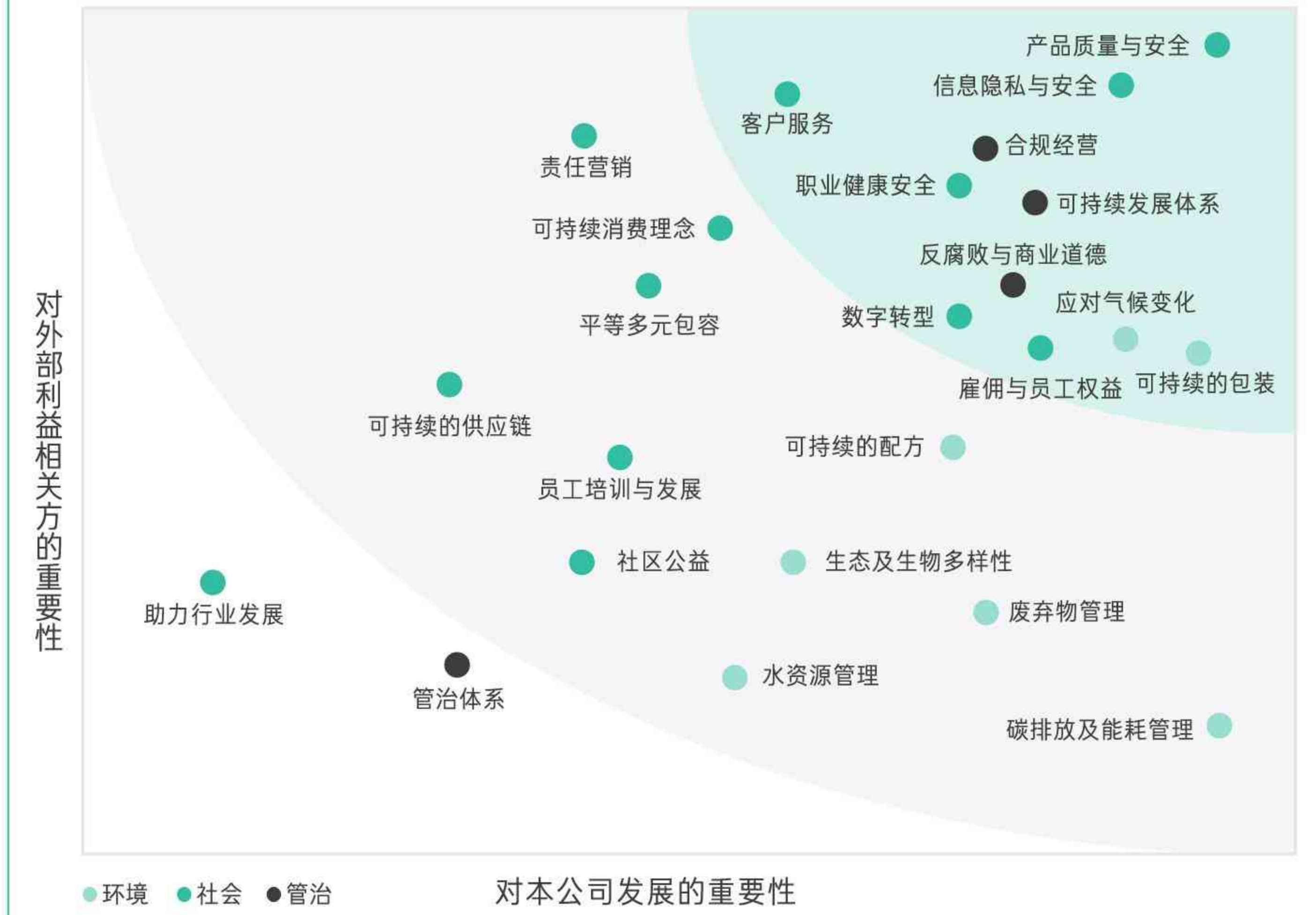
实质性议题分析流程



实质性议题分析流程

2023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2021年的利益相关方调研结果以及2022年重要性议题矩阵的基础上进行合理调整。

爱茉莉太平洋中国2023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	责任营销	助力行业发展
信息隐私与安全	可持续消费理念	管治体系
客户服务	平等多元包容	
合规经营	可持续的供应链	
职业健康安全	可持续的配方	
可持续发展体系	员工培训与发展	
反腐败与商业道德	社区公益	
数字转型	生态及生物多样性	
应对气候变化	废弃物管理	
雇佣与员工权益	水资源管理	
可持续的包装	碳排放及能耗管理	

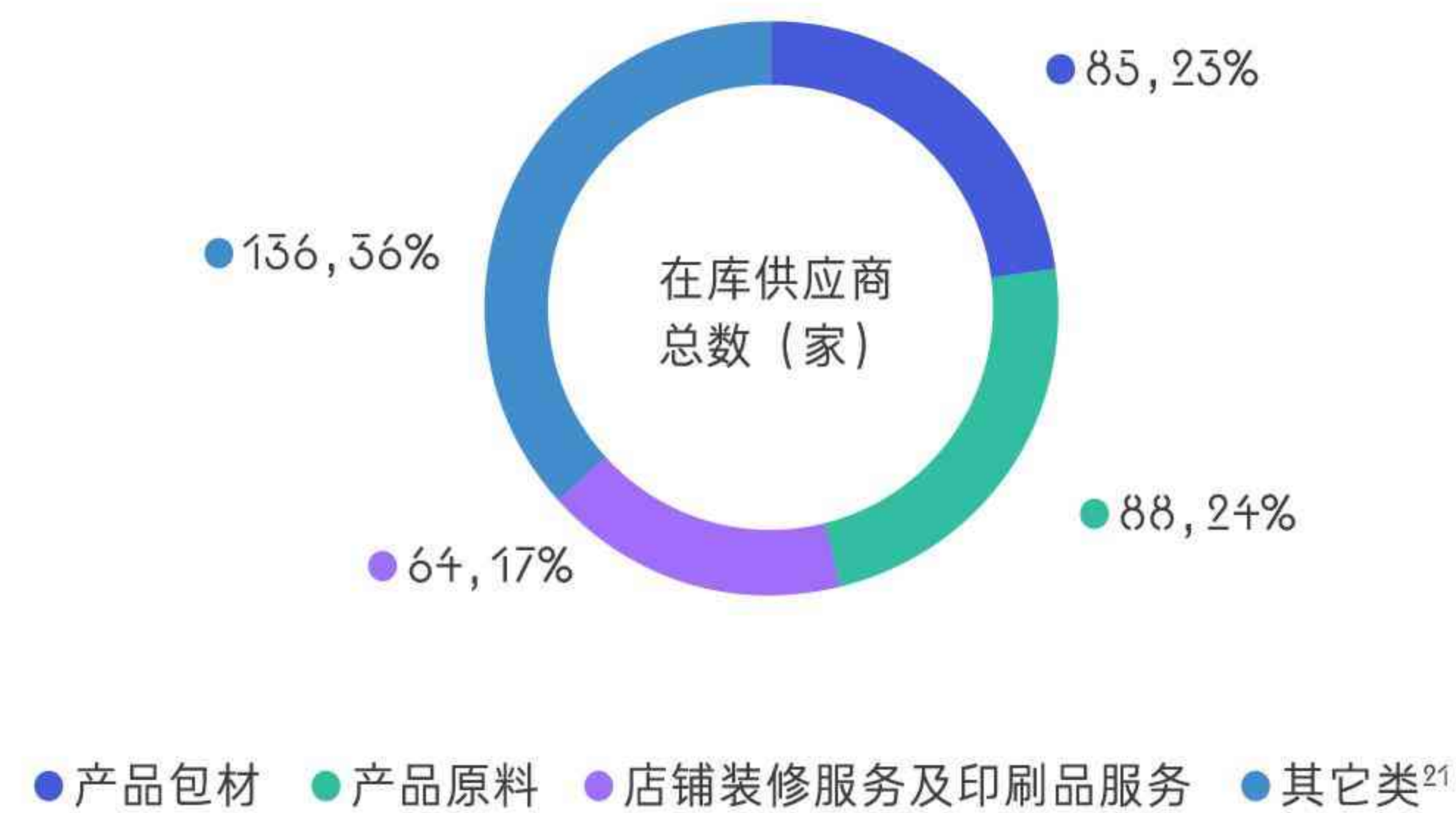
可持续 供应链管理

供应商管理

爱茉莉太平洋中国坚持负责任采购的原则，通过严格的管控机制在供应商准入、选择、使用和评估等环节实施监管，不断完善供应链管理体系，降低环境与社会风险。公司引入数字化供应商管理系统，持续提升采购环节的规范化和透明度，以构建防范违反商业道德行为的坚实防线。例如，我们优化店铺装修服务及印刷服务采购系统，实行线上价格评估与审批，提升流程便捷性、透明度与公平性。

上述举措有助于确保供应链的可持续性，促进公司与供应商之间的合作关系，为公司的长期发展奠定坚实基础。截至报告期末，公司在库供应商达373家。

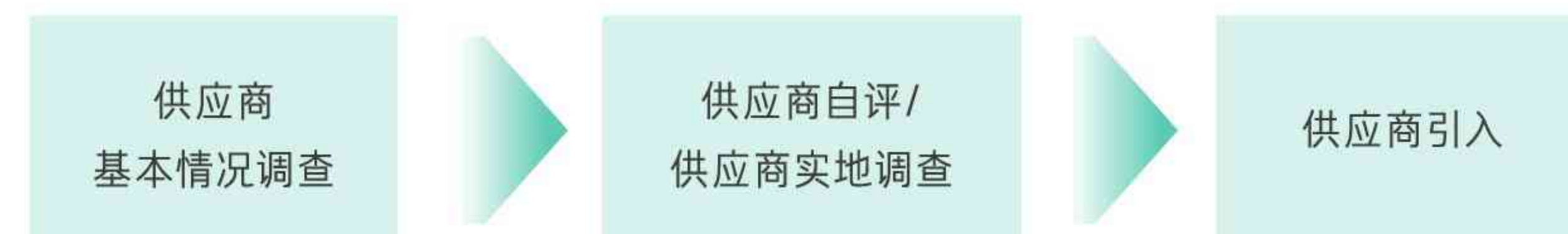
2023年在库供应商总数（家）



供应商准入

为规范供应商开发流程，有效控制和降低供应链潜在风险，公司采取多项措施，以确保供应商提供的产品和服务质量，以及社会责任管理符合公司可持续发展的要求。对于采购需求，公司根据内部制度如《原料供应商开发指导书》和《包材供应商开发指导书》，对现有合作供应商和潜在供应商进行基本情况调查，并根据结果决定是否进入下一阶段。其后，公司要求供应商完成自我评估并提交自评结果，评估内容包含产品追溯性、环境与品质体系认证、安全管理、伦理遵守（即劳工保障）等关键可持续性因素；并按照供应商重要性及实际情况，开展实地审核。公司将通过上述两项调查的供应商纳入供应商库中，按需开展合作。

爱茉莉太平洋中国本地供应商开发流程



70家

2023年，新晋供应商共计70家，其中13家已接受环境及社会准入评估。

²¹其他类供应商包括广告服务、IT服务等。

供应商评价

公司根据供应商类型将其分为原料、包材和其他类别进行管理，并为不同类别的供应商设计专门的评价问卷，以更有针对性地评估表现。2023年，公司对店铺装修服务及印刷品服务的新晋供应商与在库供应商中的中小供应商进行实地拜访，并将评估结果作为后续业务合作与决策的重要考量。



案例：掌握核心供应商，制胜可持续供应链

公司2023年初对塑料、管状容器、纸张、玻璃四大主要材料类型关键供应商开展可持续性审核。基于对供应商可持续性表现的详尽审核结果，评审分A~F六个等级，其中对于D级供应商，公司会在第二年的审核中重点关注不符合项目的整改进度；E级需整改后复审；F级考虑退出。公司会针对性地为供应商提供改进方案建议，将改进建议细分为“应当改进”与“建议改进”两部分，旨在引导并督促供应商全面提升其在可持续性方面的认知与实践水平，携手共筑可持续供应链。报告期内，公司实际审核8家供应商，审核目标完成率达100%。

此外，100%的包材供应商已通过质量、环境和职业健康与安全管理体系认证，较2022年显著提升（2022年为92%）。

100%

公司实际审核8家供应商，审核目标完成率达100%



100%

100%的包材供应商已通过质量、环境和职业健康与安全管理体系认证



供应商沟通与数字化质量管理

有效的沟通是建立良好合作关系的基石。公司非常重视与供应商共同发展，通过举办供应商大会、交流会等活动与他们保持紧密的沟通和交流，携手优化产品质量，共同打造可持续、具有韧性的供应链。报告期内，公司针对屡现品质、供货问题的供应商采取实地沟通与整改验证措施，以确保问题得到切实解决并改进其供应质量。

公司运用自主研发的数字化管理系统对供应商进行全面而精细的管理，其中包括由开发采购部门主导创建的DPS (Digital Procurement System) 系统，用于对供应商的供货与价格进行一体化管控。这套系统集成合同管理、招标采购流程（供应商筛选与确定）、价格管理体系以及订单管理模块，界面直观、操作便捷，历次交易记录清晰可见，极大地提升了供应链管理效率。公司品质部门主导研发的QPS (Quality Process System) 系统则着重于供应商质量管理，涵盖了不合格品判定、不合格项整改及效果追踪等功能，同样具备高可视化特点和完备的历史记录查询功能。QPS系统有力地保障了供应商提供的产品与服务质量，确保企业供应链的稳健可靠。通过这两套系统的整合运用，公司实现了供应商管理的全面数字化升级，提升了整体运营效能和产品质量保障能力。

供应链本地化

公司与当地供应商建立密切合作关系，通过原材料本地采购，减少采购物流环节对环境造成的污染和温室气体排放。通过与当地供应商合作，公司可以实现资源的有效利用，降低运输成本，提高供应链的灵活性与可持续性，同时为当地社区创造就业机会和经济增长。

2021-2023年爱茉莉太平洋中国本地化采购绩效

	2021年	2022年	2023年
原料和包材本地化采购比例 (%)	75	70	73
包材本地化采购比例 (%)	96	97	95

供应链共创

供应商在提升产品包装可持续性方面发挥着至关重要的作用。通过与品牌紧密合作，共同开发创新的环保材料和包装结构，供应商不仅能够助力品牌减少对环境的影响，还能提高生产效率和降低成本。这种共创模式促进了资源的合理利用和循环经济的发展，对于实现绿色生产和可持续发展具有长远意义。

报告期内，公司旗下各品牌积极收集并与供应商共享环保创意及材料，携手供应商在产品包装上推广环保创新与优化措施，包括但不限于：

雪花秀	减少塑料的使用，采用纸张和玻璃作为替代包装材料，并通过回收空瓶加强产品的循环性
兰芝	应用EASY-PEEL易撕标签，更易分离，便于回收利用
悦诗风吟	推行包装材料和样式的统一化，使用低克重环保纸和再生塑料，减少浪费和碳足迹
梦妆	屈臣氏渠道礼盒全面升级，通过减少礼盒套装的外包材纸张克数，降低资源消耗
吕	针对新品发油的包装需求，开发新型合盖结构，避免使用高克重材料，同时开展自动化包装，提高效率

合规经营 与商业道德

合规运营是企业实现可持续发展的基石。公司始终坚持在所有业务活动中严格遵守所在地法律法规，不断强化和完善自身合规与商业道德框架，力求将合规责任和伦理规范拓展至更广泛的领域。我们始终积极有效保护自身以及各利益相关方的合法权益，致力于实现稳健长远发展。2023年，公司未发生任何违法违规或接受相关处罚的情况。

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，我们制定并贯彻《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设置与要求。

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

热爱顾客	尊重员工	诚信经营
和谐发展	保护公司资产	承担社会责任

根据集团伦理纲领的六大核心要素，公司编撰了全体员工适用的《伦理指南》，明确日常工作决策与执行阶段的行为基准和道德守则。每一位员工在入职之初即会领取含有《伦理指南》详细内容的《员工手册》，借此确保每位员工在深入了解和全面把握道德行为规范的基础上，能够做出恰当且符合伦理标准的决策。

报告期内，公司在线上人力资源系统的雇员年薪合同中新增《爱茉莉太平洋伦理经营践行承诺书》。此外，公司共发布11期Newsletter、2期合规漫画，并开展3次合规相关“案例分享”教育，帮助员工了解直播营销合规、网络促销合规、互联网广告新规定等重要合规趋势及监管要求。

案例：开展多元项目，完善风险前瞻性与主动性管理

爱茉莉太平洋中国于2023年开展代言人背景风险预防项目及线上店铺广告风险管理项目，积极开展内外部风险的前瞻性与主动性管理，响应政府监管要求和市场趋势变化，增强消费者信任度，为企业长远发展保驾护航。

2023年5-7月，公司完成各品牌签约代言人流程梳理，制定并执行《代言人风险管理评估合规指引》和《代言人风险管理评估表》。公司已根据内部制度完成品牌代言人评估，并在代言人签约前将评估结果提交系统。

2023年10-11月，公司开展线上店铺页面自查工作，梳理常见风险用语，并制定《化妆品线上店铺广告风险管理合规指引》。本年度自查涉及雪花秀、兰芝、悦诗风吟、梦妆、吕五大品牌各线上渠道共计21家店铺，这些店铺均已根据合规指引完成产品详情页面自查并提交自查报告。

案例：2023年度线上合规经营培训

2023年5月，公司面向全体员工开展线上合规经营培训，内容包括礼物招待、利益冲突、商业贿赂、职场欺凌及职场性骚扰等。公司共807人次参与培训，培训完成率达91%。



合规经营培训视频

指标	2021年	2022年	2023年
合规培训完成率 (%)	90	81	91
合同审核率 ²² (%)	100	100	100

22. 合同审核率为公司与外部合作伙伴签订的各项合同经过法务部审核的比例。

商业道德

爱茉莉太平洋中国秉承严格的诚信商业操守和反腐败原则，严遵《反不正当竞争法》及相关商业道德法规，在《伦理指南》中明示对任何违反商业道德的行为零容忍。公司定期审查反腐败政策的执行效果及其适应性，确保政策体系与时俱进，符合企业现实需求及现行法规标准。

依照集团内部《监察规定》，公司通过常态化的部门及员工监察机制，主动揭示并妥善处理涉及贪腐的不当行为，有力防控违规风险的发生。监察团队在全面评估监察结果后，将判定对应措施并向相关部门负责人反馈；负责人据此采取必要的纠正改进行动。对于涉嫌违法行为或严重失职的人员，监察部门有权向人力资源部门提议相应的惩处措施

2



公司范围开展的定期监察2次

25



公司范围开展的特定监察25次

为保障公司及利益相关方权益，员工必须拒绝他人提供的任何可能影响公正业务往来的利益，无论是个人、公司还是组织提供。公司鼓励员工在遇到不合规的礼品赠送或招待时，首要采取婉拒或自行退还措施；如遇不便退还的情形，应在公司合规平台上如实申报，随后交由合规管理部门跟进处理。若有员工违反规定未申报相关事项，公司将会依据法律法规启动调查程序，并采取相应惩戒措施；若涉及刑事犯罪，则将案件移交给司法机构审理。

公司明文规定，凡遇到贪腐行为，员工均有义务通过公司举报机制进行揭发。知情员工可通过电子邮件、电话或面对面方式向监察部门举报违规行为。为确保举报员工的权益不受侵害，公司严格执行保密制度，确保举报人个人信息得到严格保护，避免因揭露不正当行为而遭致不公平待遇或报复行为的发生。报告期内，公司共收到25项举报事件，已100%回应并结案。

举报流程



公司举报中心官方主页

此外，公司对反贪腐的“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，防止潜在利益冲突情况的发生，公司要求所有供应商/经销商在达成合作前签署《阳光协议》，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。公司与合作伙伴建立公正的交易关系，以相互信任和尊重为基础，通过公正交易实现互利共赢。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，公司未发生违反反垄断与反竞争相关法律法规的情况。

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8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、公司治理（ESG）方面的承诺、实践与成果。如无特殊说明，本报告时间范围为2023年1月1日至2023年12月31日（“报告期内”）。

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、可持续发展背景、时效性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）》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

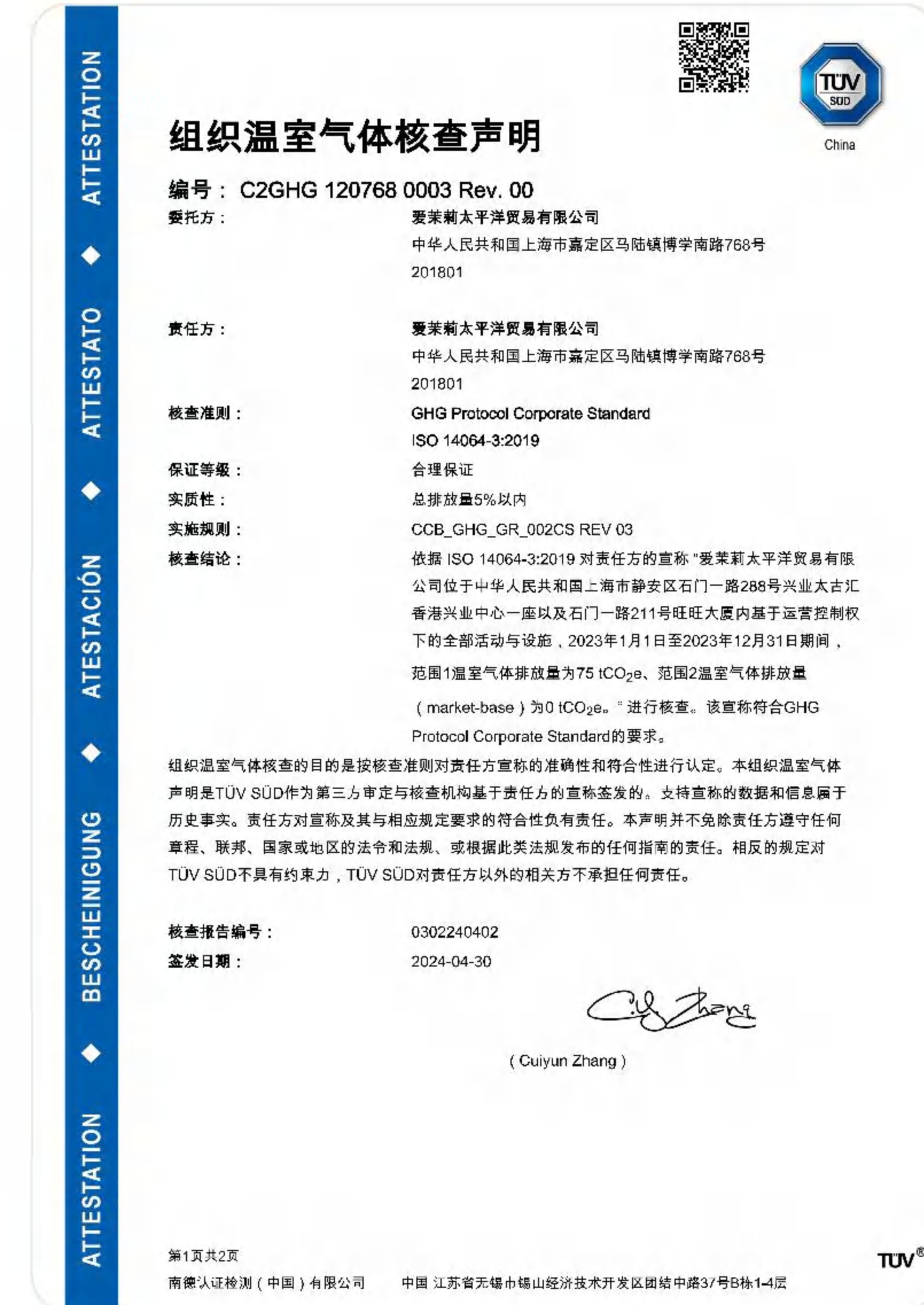
披露议题/披露项	披露项标题	章节索引
GRI2: 一般披露		
组织及其报告做法		
2-1	组织详细情况	关于本报告
2-2	纳入组织可持续发展报告的实体	关于本报告
2-3	报告期、报告频率和联系人	关于本报告
2-5	外部鉴证	温室气体核查声明
活动及工作者		
2-6	活动、价值链和其他业务关系	匠心星品，美之启程 可持续供应链管理 赋能生态伙伴
2-7	员工	兼容并蓄的工作环境
管治		
2-9	管治架构和组成	我们的可持续发展管理
2-12	在管理影响方面，最高管治机构的监督作用	我们的可持续发展管理
2-13	为管理影响的责任授权	我们的可持续发展管理
2-14	最高管治机构在可持续发展报告方面的作用	我们的可持续发展管理
战略、政策和实践		
2-22	可持续发展战略的声明	爱茉莉太平洋中国总裁致辞
2-25	寻求建议和提出关切的机制	合规经营与商业道德
2-27	遵守法律和法规	合规经营与商业道德
2-28	协会的成员资格	赋能生态伙伴
利益相关方参与		
2-29	利益相关方参与的方法	我们的可持续发展管理
3-1	确定实质性议题的过程	我们的可持续发展管理
3-2	实质性议题清单	我们的可持续发展管理
GRI 201 经济绩效		
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	气候行动，美丽妆园净零之旅

披露议题/披露项	披露项标题	章节索引
GRI 202 市场表现		
202-2	从当地社区雇佣高管的比例	兼容并蓄的工作环境
GRI 204 采购实践		
3-3	实质性议题管理	可持续供应链管理
204-1	向当地供应商采购支出的比例	可持续供应链管理
GRI 205 反腐败		
3-3	实质性议题管理	合规经营与商业道德
205-1	已进行腐败风险评估的运营点	合规经营与商业道德
205-2	反腐败政策和程序的传达及培训	合规经营与商业道德
205-3	经确认的腐败事件和采取的行动	报告期内未发生此类情况
GRI 206 不正当竞争行为		
3-3	实质性议题管理	合规经营与商业道德
206-1	针对不正当竞争行为、反托拉斯和反垄断实践的法律诉讼	报告期内未发生此类情况
GRI 301 物料		
3-3	实质性议题管理	限塑减废，助力循环经济
301-1	所用物料的重量或体积	限塑减废，助力循环经济
301-2	所使用的回收再利用的物料	限塑减废，助力循环经济
301-3	回收产品及其包装材料	限塑减废，助力循环经济
GRI 302 能源		
3-3	实质性议题管理	气候行动，美丽妆园净零之旅 节水降耗，资源可持续管理
302-1	组织内部的能源消耗量	节水降耗，资源可持续管理
302-3	能源强度	节水降耗，资源可持续管理
302-4	减少能源消耗量	节水降耗，资源可持续管理
GRI 303 水资源与污水		
3-3	实质性议题管理	节水降耗，资源可持续管理
303-2	管理与排水相关的影响	节水降耗，资源可持续管理
303-4	排水	节水降耗，资源可持续管理
303-5	耗水	节水降耗，资源可持续管理
GRI 304 生物多样性		
3-3	实质性议题管理	生态保护，关注生物多样性
GRI 305 排放		
3-3	实质性议题管理	气候行动，美丽妆园净零之旅

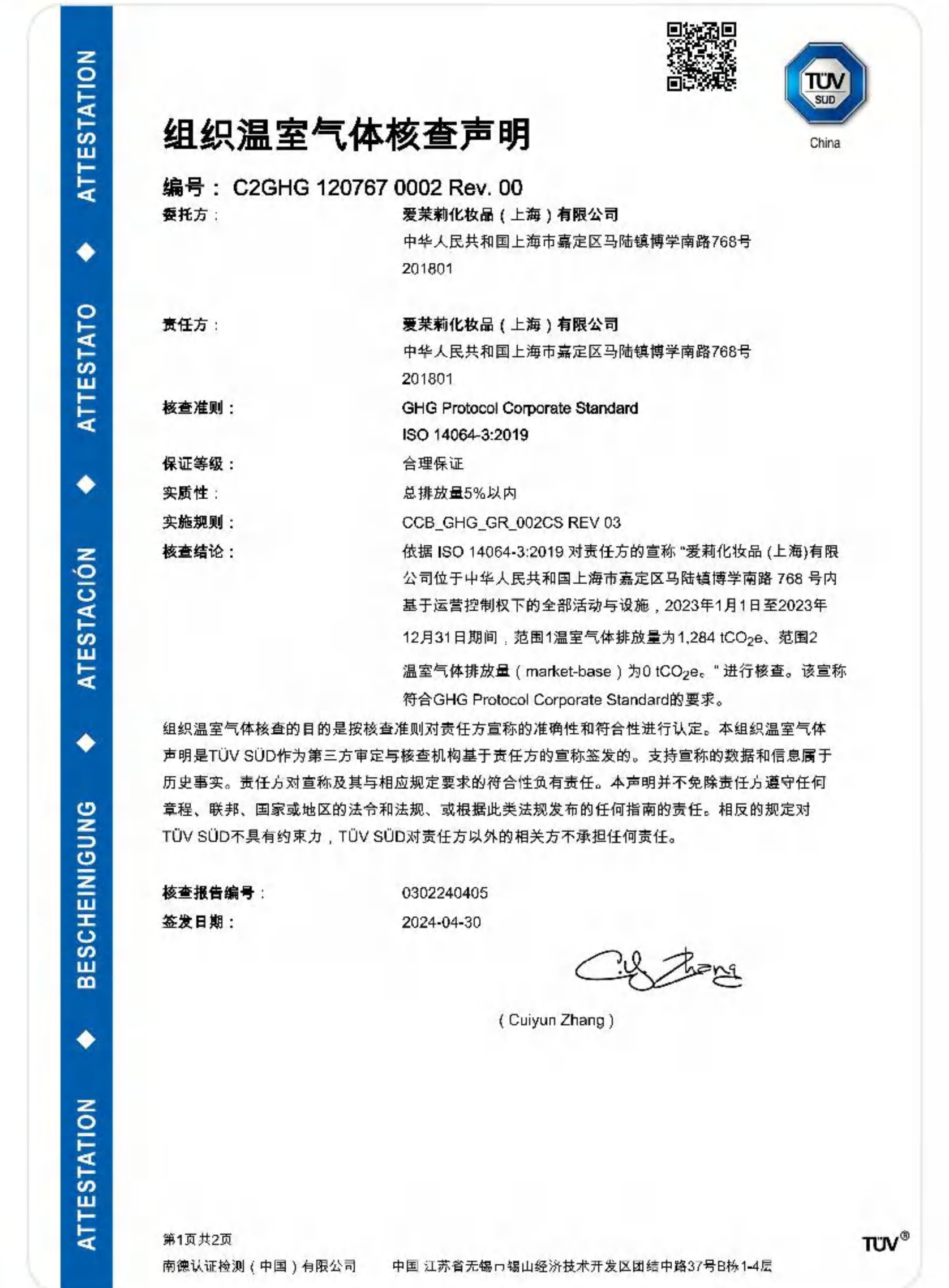
披露议题/披露项	披露项标题	章节索引
305-1	直接（范围1）温室气体排放	气候行动，美丽妆园净零之旅
305-2	能源间接（范围2）温室气体排放	气候行动，美丽妆园净零之旅
305-4	温室气体排放强度	气候行动，美丽妆园净零之旅
305-7	氮氧化物 (NOX)、硫氧化物 (SOX) 和其他重大气体排放	气候行动，美丽妆园净零之旅
GRI 306 废弃物		
3-3	实质性议题管理	限塑减废，助力循环经济
306-1	废弃物的产生及废弃物相关重大影响	限塑减废，助力循环经济
306-2	废弃物相关重大影响的管理	限塑减废，助力循环经济
306-3	产生的废弃物	限塑减废，助力循环经济
306-4	从处置中转移的废弃物	限塑减废，助力循环经济
306-5	进入处置的废弃物	限塑减废，助力循环经济
GRI 308 供应商环境评估		
3-3	实质性议题管理	可持续供应链管理
308-1	使用环境标准筛选的新供应商	可持续供应链管理
308-2	供应链对环境的负面影响以及采取的行动	报告期内未发生此类情况
GRI 401 雇佣		
3-3	实质性议题管理	兼容并蓄的工作环境
401-1	新进员工和员工流动率	兼容并蓄的工作环境
401-2	提供给全职员工（不包括临时或兼职员工）的福利	兼容并蓄的工作环境
401-3	育儿假	兼容并蓄的工作环境
GRI 403 职业健康与安全		
3-3	实质性议题管理	安全健康的生产平台
403-1	职业健康安全管理体系	安全健康的生产平台
403-2	危害识别、风险评估和事件调查	安全健康的生产平台
403-3	职业健康服务	安全健康的生产平台
403-4	职业健康安全事务：工作者的参与、协商和沟通	安全健康的生产平台
403-5	工作者职业健康安全培训	安全健康的生产平台
403-6	促进工作者健康	安全健康的生产平台
403-8	职业健康安全管理体系适用的工作者	安全健康的生产平台
403-9	工伤	安全健康的生产平台
403-10	工作相关的健康问题	安全健康的生产平台

披露议题/披露项	披露项标题	章节索引
GRI 404培训与教育		
3-3	从当地社区雇佣高管的比例	共同成长的企业文化
404-1	每名员工每年接受培训的平均小时数	共同成长的企业文化
404-2	员工技能提升方案和过渡协助方案	共同成长的企业文化
404-3	定期接受绩效和职业发展考核的员工百分比	共同成长的企业文化
GRI 405多元化与平等机会		
3-3	实质性议题管理	兼容并蓄的工作环境
405-1	管治机构与员工的多元化	兼容并蓄的工作环境
GRI 406 反歧视		
3-3	实质性议题管理	兼容并蓄的工作环境
406-1	歧视事件及采取的纠正行动	兼容并蓄的工作环境
GRI 408 童工		
3-3	实质性议题管理	兼容并蓄的工作环境
408-1	具有重大童工事件风险的运营点和供应商	兼容并蓄的工作环境
GRI 409 强迫或强制劳动		
3-3	实质性议题管理	兼容并蓄的工作环境
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	兼容并蓄的工作环境
GRI 414 供应商社会评估		
3-3	实质性议题管理	可持续供应链管理
414-1	使用社会标准筛选的新供应商	可持续供应链管理
414-2	供应链对社会的负面影响以及采取的行动	报告期内未发生此类情况
GRI 416 客户健康与安全		
3-3	实质性议题管理	精进安全与品质
416-1	对产品和服务类别的健康与安全影响的评估	精进安全与品质
416-2	涉及产品和服务的健康与安全影响的违规事件	报告期内未发生此类情况
GRI 417 营销与标识		
3-3	实质性议题管理	顾客服务与体验
417-1	对产品和服务信息与标识的要求	顾客服务与体验
417-2	涉及产品和服务信息与标识的违规事件	报告期内未发生此类情况
417-3	涉及市场营销的违规事件	报告期内未发生此类情况
GRI 418 客户隐私		
3-3	实质性议题管理	数字信任，与相关方共享价值
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	报告期内未发生此类情况

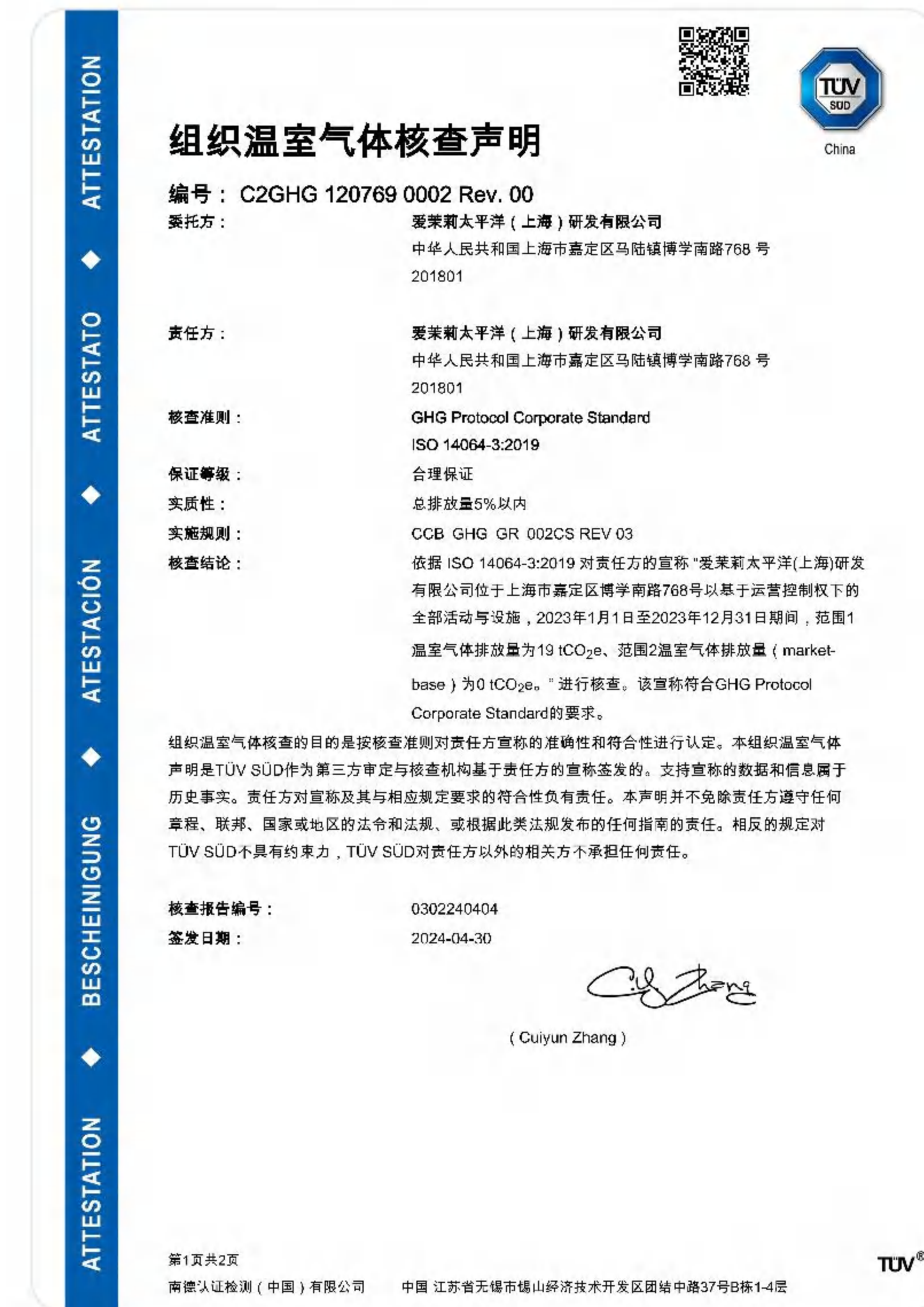
温室气体核查声明



爱茉莉太平洋中国区总部办公室温室气体核查声明报告



爱茉莉太平洋中国上海美丽田园农场生产场所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

组织碳排放标签



中国区总部办公室组织碳排放标签

上海美丽妆园生产场所组织碳排放标签

研发中心组织碳排放标签

物流中心组织碳排放标签

国际可再生能源证书 (I-REC)



中国区总部办公室I-REC证书

上海美丽妆园生产场所I-REC证书

研发中心I-REC证书

物流中心I-REC证书

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

朴泰镐、孙连皓、曹肯铉、李润夏、于剑、金在炫、金容震、白斗铉、熊智、郭一荣、张艳璐、刘冬梅、苏华明、李乐、王莉萍、查香君、全明珍、宋欢欢、刘琼、吕溪、朴俊浩、黄文卓、李洪光、周文、孙叶、金玲、林森、李勇、姜敬和、王洁、黄佳玮、陈雅、许琴香、陈海蕾、王明远、崔红花、张建超、冯晓路、江雪、王妍、俞隆臻、余雨、蒋琦、徐佳辰、张智彬、何佳音、尹炯镐、文婧丽、董乐、唐婕、金志守、李始衡、张文斌、申铉宇、太梅花、顾明、任莘、秦艳、李楠楠、刘斯思、刘思雨、计晓文、张珩、傅璐敏、李飞飞、宿汀、张明明、高洁、何翊、朱世超、邹源、刘珮瑜、崔立、李丽妍、宋思源、JEONGHWA OH (集团)、MYUNGHWA LEE (集团)、YOUNG KYU OH (集团)、SEONJIN HA (集团)、YUNA HWANG (集团)、HAENGJIN LEE (集团)、Soo Jung Hong (集团)、Sangseok Nam (集团)。

AMORE PACIFIC