

# 上海丽人丽妆化妆品股份有限公司

股票代码：605136

## **2021** 年环境、社会及管治报告

## 报告编制说明

本报告是上海丽人丽妆化妆品股份有限公司发布的第一份环境、社会及管治（ESG）报告，披露了公司在 ESG 方面的管理理念、举措和绩效。本报告发布之前，所有数据及相关内容均已通过部门及管理层多重审核，不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

### 报告边界

本报告中提供的政策及数据涵盖本公司及附属子公司，范围与年报一致。为便于表述，上海丽人丽妆化妆品股份有限公司也以“丽人丽妆”“公司”或“我们”表示。

### 时间范围

本报告披露时间范围覆盖 2021 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，为了增强报告完整性，部分内容超出上述范围。

### 发布周期

本报告为年度报告，每年与上海丽人丽妆化妆品股份有限公司年度报告同时披露。

### 数据说明

本报告数据来源包括公司实际运行的原始数据、年度财务数据、内部相关统计报表和行政文件及报告等。除特殊说明外，报告中涉及的货币均为人民币，若与财务报告不一致之处，以财务报告为准。

### 参照标准

本报告编制依据上海证券交易所制定发布的《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——规范运作》进行编写，并参考香港联合交易所有限公司《环境、社会及管治报告指引》的部分要求。

### 报告获取

本报告为中文版，以电子版形式发布，具体内容详见公司于 2022 年 3 月 3 日在上海证券交易所网站（[www.sse.com.cn](http://www.sse.com.cn)）披露的 ESG 报告。

## 董事长致辞



尊敬的利益相关方：

2020年9月29日，丽人丽妆在上海证券交易所敲响了上市锣声。这一年多来，中国互联网与化妆品护肤市场正快速升级迭代。线上化妆品消费人次在疫情震荡的影响下持续增长，中国消费者对于产品成分、品质、包装和体验感的追求，在为行业提供了新的发展思路的同时，亦带来了前所未有挑战。但是，无论行业如何迭代，我们始终坚持只卖授权正品的初心，希望凭借对行业和消费者的洞察力和品牌运营经验，将更多优质的品牌和产品带给中国消费者。

如今，丽人丽妆成立十二年，上市近两年。我们深知这一路上，离不开一直信任我们的合作伙伴、消费者与员工。我们也开始思考，作为一家上市公司，我们应当如何尽职尽责，如何做好企业公民，如何回馈社会，为消费者、品牌、行业和社会创造更多价值、增添更多美丽。因此，在2022年，我们与年报一同发布了首份《2021年环境、社会及管治报告》，期望在此向一直支持我们的利益相关方展示我们在企业管治、业务运营、员工保障、社会公益、环境保护等方面所注入的力所能及的力量。

2021年，我们强化合规治理，坚持高质量发展。我们深知健全的公司治理体系是上市公司高质量发展的基石。我们通过不断完善企业治理体系，强化董事会的战略决策和监督功能，加强信息披露的透明合规性与开展投资者交流活动来保障我们的股东，特别是中小股东的权益。今年，我们积极探索规划ESG理念愿景，并通过考虑我们的品牌客户、员工等利益相关方的期望，以了解短、中和长期业务中最重要的ESG议题。

2021年，我们坚持负责任运营，坚持为全国消费者提供优质的正品。公司作为连接品牌和终端消费者的重要桥梁，希望通过自身对行业十余年的深耕经验以及专业的信息化、智能化技术研发能力，助力品牌价值提升。我们积极向市场传递女性力量，拒绝容貌焦虑，引领健康、自信的价值观念。我们深知保护数据安全与消费者隐私的重要性。因此，我们以完善的信息安全体系为基础，采用一系列行之有效的举措来维护公司的数据安全，保护消费者的个人隐私。同时，我们深刻意识到在实现全价值链的低碳转型的过程中，需要链

条上的每一环节的共同努力。我们积极与品牌客户沟通，设计开发符合绿色环保理念的产品包装。

2021 年，我们致力于与员工、供应商、同行伙伴与社会公众共享企业发展价值。任何企业的发展都离不开内、外部利益相关方的支持，我们保障员工的各项权益并为他们提供宽广的发展空间，我们加强与供应商的协作共赢，我们还积极参与行业活动分享经验与观点。我们特别成立“妇联”来保障女性员工的权益，希望通过美丽、舒适的办公环境，平等的晋升机会，民主的沟通环境，让她们影响力在职场绽放。此外，我们也以绿色办公的方式，履行环境责任。

力量虽微薄，但星火终将燎原。未来，我们将坚定可持续发展道路，继续探索 ESG 管治内在水平的提升，秉持诚而有责的态度，在与品牌共建可持续供应链、支持女性力量、回馈社会和公众等方面，肩负责任、持续成长、继续前进！

——丽人丽妆董事长、总经理 黄韬

# 一、关于丽人丽妆

## 1. 公司简介

上海丽人丽妆化妆品股份有限公司于 2010 年正式成立，总部位于上海，于 2020 年 9 月份成功登陆上海证券交易所（以下简称“上交所”）主板。丽人丽妆是中国知名的线上化妆品营销零售服务商，以化妆品电商零售业务为核心，为众多全球知名品牌提供品牌营销服务和化妆品分销业务。公司与佳丽宝、爱茉莉太平洋、汉高等国际知名化妆品集团授权合作，获得包括奥伦纳素、Whoo 后、芙丽芳丝、雪花秀、雅漾、施华蔻等六十多个全球知名品牌在中国的正品授权，成为品牌坚实的合作伙伴。



2020 年 9 月，丽人丽妆成功登录上海证券交易所主板

## 公司核心价值观

### 承诺：“只卖授权正品”

公司已与奥伦纳素、Whoo 后、芙丽芳丝、雪花秀、雅漾、施华蔻等 60 多家知名品牌达成合作意向，运营品牌天猫官方旗舰店。公司始终坚定“只卖授权正品”的承诺，竭力给用户带来出色和创新的消费体验。

### 使命：“只要美丽，不要担心”

公司希望通过在化妆品领域的长期经营与不懈努力，为爱美人士提供世界范围内优秀化妆品的正品资源。

### 愿景：“打造全球最大美妆专柜”

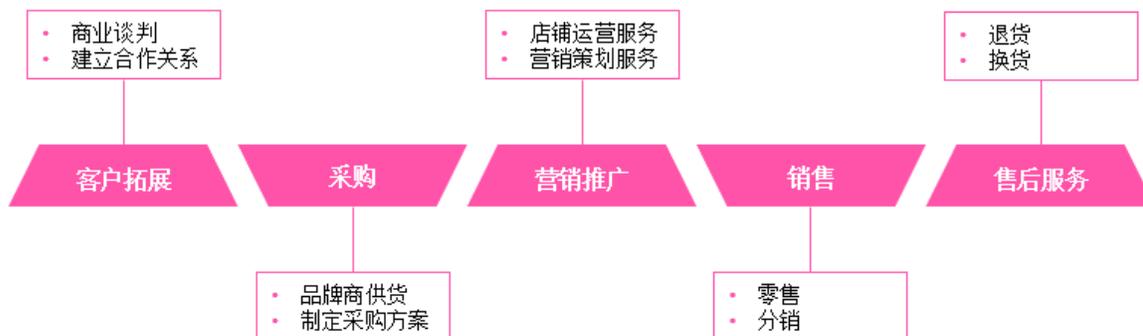
公司致力推动消费增长的同时，从营销策划、宣传设计、技术支持等各个领域助力品牌方，极大地推动了各品牌的影响力。此双赢合作的运营机制奠定了公司飞速发展的良好基础，也成为了公司在化妆品零售市场份额良性增长的重要内驱力。

### 理念：“成就客户、协作分享、诚而有责、合作共赢”

客户满意是公司最大的追求。公司坚持团队合作，用开放分享的心态带动团队共同进步，对内对外坚守诚信正直作风，对客户及社会坚定履行行业责任，维护与客户的良好合作机制，并积极主动寻求多元化合作机会。

## 2. 业务布局

公司致力于为品牌提供一整条价值链上的服务，旨在提升品牌综合影响力，并保障产品 100%官方直供，守护消费者的每一份美丽与安心。



### 电商零售业务

作为公司的核心业务，公司主要与化妆品等产品的品牌方签订销售协议，以买断的方式向品牌方或其国内总代理采购产品，在电商平台开设品牌官方旗舰店，以网络零售的形式把产品销售给终端消费者。公司为品牌方提供一系列电商零售服务，如搭建和运营其线上店铺、产品采购及库存管理、整合营销策略、精准推广投放、订单执行、仓储物流及客户服务等。

### 品牌营销运营服务

公司接受品牌方的委托，负责建设及运营其线上品牌官方旗舰店；或为品牌方就某项产品或活动提供营销推广服务。公司根据不同品牌方的需求，主要提供品牌店铺建设及运营、营销推广、客户服务等全链路或部分环节的网络零售服务，旨在为品牌方提供产品组合和定价策略的优化建议、提升品牌产品销量及实现品牌价值最大化。品牌运营模式下店铺及货品所有权通常归属于品牌方，因此公司不涉及向品牌方或其国内总代理的产品采购业务。

### 3. 股东回报

公司重视保障股东的各项合法权益，平等对待每一位股东，并积极回报投资者。公司以负责任的方式开展营销，以可持续发展的方式推动企业持续增长，2021年现金分红人民币84,395,850.00元，高于2020年现金分红金额。

### 4. 2021·荣誉认可

公司在化妆品电商零售领域持续开拓，获得了来自政府、合作平台和客户的多方认可。

颁奖机构	奖项	
上海市电子商务协会	上海市品牌电商优秀企业	
上海市放心消费创建办公室	放心消费创新活动——2020 优秀单位	
中国化妆品大会	2021 年度最具影响力品牌管理机构	
浙江天猫网络有限公司 (天猫)	2020 年度天猫优秀合作伙伴	
浙江天猫网络有限公司 (天猫)	2021 年度天猫六星级服务商	
杭州阿里妈妈软件服务有限公司 (阿里妈妈)	2021 年度阿里妈妈金牌全域合作伙伴	

杭州阿里妈妈软件服务有 2021 年度阿里妈妈六星服务商  
限公司（阿里妈妈）



浙江天猫网络有限公司 2021 年度优秀合作伙伴  
（天猫）



财联社-鲸平台 2020 年度鲸潮奖“最具投资价  
值的国潮领军者”



## 二、责任管治

### 1. ESG 管理

丽人丽妆相信可持续发展理念将为企业发展长远赋能，为我们的利益相关方创造价值。丽人丽妆携手品牌客户、消费者、行业伙伴与员工等合作伙伴，在 ESG 的各个领域积极履行企业的环境和社会责任。



ESG 板块	ESG 理念及愿景
责任管治	<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>强化合规治理：</b>不断完善企业治理体系，强化董事会的战略决策和监督功能，强化信息披露透明，保障股东权益</li><li>● <b>践行商业诚信：</b>树立诚实守信、职业道德和遵纪守法的总体原则，全面贯彻全员廉洁守规理念</li></ul>
责任运营	<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>提升品牌价值：</b>深度挖掘市场需求，输出市场洞察，精准放大品牌价值</li><li>● <b>共建绿色价值链：</b>积极响应“碳中和”战略，参与绿色包装设计，并计划进一步推动绿色物流、仓储及运输，携手价值链伙伴共建可持续供应链生态</li><li>● <b>负责任营销：</b>通过高质量、多元化的营销精准触达客群，传递美丽、健康的生活理念</li><li>● <b>优化客户体验：</b>建立全流程的品质及服务把控，提升客户体验</li><li>● <b>隐私信息保护：</b>严格遵守信息安全及数据保护法规，尊重并保护消费者隐私信息</li></ul>
价值共享	<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>打造平等职场：</b>保障员工权益，营造平等及多元的环境，助力员工职业成长</li><li>● <b>聚焦女性力量：</b>通过产品传递女性力量，拒绝容貌焦虑，引领健康、自信的价值观念</li><li>● <b>助力行业繁荣：</b>积极开展前沿领域探索，推动中国美妆及时尚消费品市场稳定繁荣发展</li></ul>

- **热心社会公益：**在教育帮扶、扶危助困、抗疫救灾和社区志愿等领域持续贡献力量，向社会传递爱心和温暖

**低碳环保**

- **绿色办公：**践行绿色发展理念，致力于全面提升价值链资源和能源的使用效率，竭尽所能地降低公司在运营活动中可能对环境造成的影响，努力迈向绿色低碳。

**1.1 利益相关方沟通**

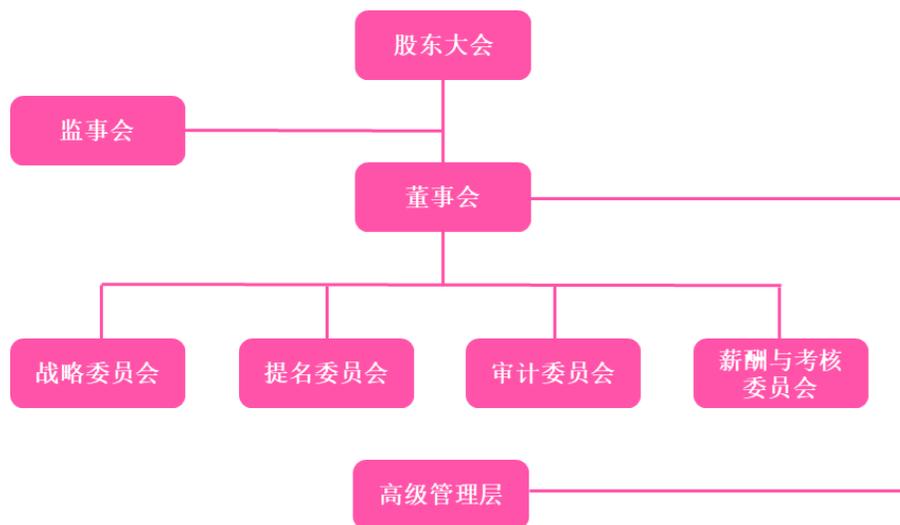
公司高度重视利益相关方的期望和要求，致力于与消费者/用户、员工、股东/投资者、供应商/合作伙伴、政府/监管机构、品牌客户、同行、媒体、社会公众等利益相关方保持常态化的沟通交流，积极了解他们的诉求，主动回应他们主要关注议题，不断提升公司可持续发展工作效能。

利益相关方	主要关注议题	主要沟通渠道和回应
消费者 / 用户	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 消费者权益保障</li> <li>● 消费者满意度</li> <li>● 消费者隐私保护</li> <li>● 诚信经营</li> <li>● 产品质量与安全</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 消费者调研</li> <li>● 严格管理用户信息和交易流程</li> <li>● 电话、邮箱等线上沟通</li> <li>● 完善服务流程</li> </ul>
员工	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 多样性、包容性和平等的企业文化</li> <li>● 雇佣与权益保障</li> <li>● 员工身心健康</li> <li>● 员工职业发展和培训</li> <li>● 平等沟通</li> <li>● 工作与生活平衡</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 遵守相关法律法规</li> <li>● 员工满意度调研</li> <li>● 全员邮件、沟通会议、员工论坛、职工代表大会、小组讨论、研讨会</li> <li>● 公平的晋升渠道</li> <li>● 工作表现评估和绩效考核</li> <li>● 合理的薪酬福祉和激励制度</li> <li>● 关爱员工生活</li> <li>● 健康安全的工作环境</li> </ul>
股东 / 投资者	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 持续的经济增长</li> <li>● 公司治理</li> <li>● 合规运营</li> <li>● 透明公开的信息披露</li> <li>● 保护投资者利益</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 电话、线上和线上会议</li> <li>● 公司拜访</li> <li>● 定期与不定期的信息披露</li> <li>● 投资者沟通大会/路演</li> <li>● 股东大会</li> </ul>
供应商 / 合作伙伴	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 遵守法律法规</li> <li>● 反贪腐</li> <li>● 实现共赢</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 履约合同</li> <li>● 供应商管理制度</li> <li>● 供应商评估考核</li> </ul>
政府 / 监管机构	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 遵纪守法</li> <li>● 促进就业</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 严格遵守法律法规</li> <li>● 接受政府机构监督</li> </ul>



## 2. 公司治理

公司严格按照《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司治理准则》《上海证券交易所股票上市规则》《企业内部控制基本规范》等相关法律法规要求，完善公司法人治理结构，制定《上海丽人丽妆化妆品股份有限公司章程》《控股股东、实际控制人行为规范》等制度文件，不断优化公司治理环境。



丽人丽妆公司治理结构

### 股东大会

2021年，公司共召开股东大会2次，审议并通过议案21项。

### 董事会

公司董事会由8名董事构成，其中女性董事占比1/8，独立董事占比3/8。

### 监事会

公司监事会由3名监事组成，其中职工代表监事1名，女性监事1名。

## 2.1 信息披露

为规范公司披露事务管理，维护公司股东特别是社会公众股东的合法权益，公司严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》和《上市公司信息披露管理办法》等法律法规及《公司章程》的有关规定，不断丰富和细化信息披露的内容，拓展信息披露渠道，充分、及时、高效地向投资者传递公司战略与业务发展信息。

公司股东、董事、监事、董事会秘书、高级管理层等人员严格按照以上法规和制度严格履行信息披露义务，通过《证券时报》《中国证券报》《上海证券报》《证券日报》和上海证券交易所网站披露公司信息，保证信息披露的真实、准确、完整、及时、公平、透明，不存在选择性信息披露或者信息披露违规的情形。2021年，公司共披露公告共82份，其中定期报告4份，临时公告78份。

## 2.2 投资者关系

公司致力于与投资者维护良好关系，通过顺畅和多元化的沟通渠道，积极解答投资者问题，听取接受投资者建议。

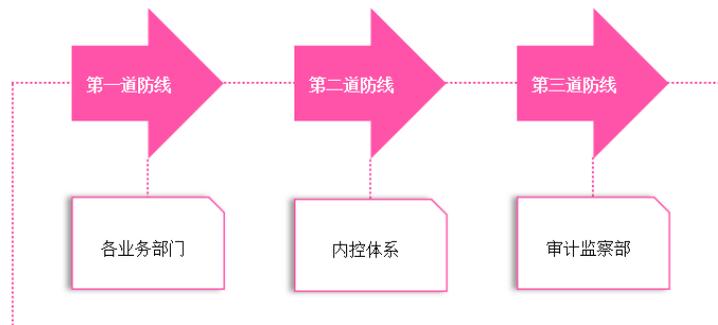
除了发布定时报告、临时公告、披露治理文件以及股票信息外，公司向投资者开放了多种沟通渠道，如公司联系电话（021-64663911）、传真（021-64663912）、邮箱（[shlrz@lrz.com](mailto:shlrz@lrz.com)）、股东大会以及“上证 e 互动”等，畅通所有投资者，尤其是中小股东的沟通交流和意见反馈渠道。股东、员工和其他利益相关方可通过上述公开渠道联系公司反馈意见与建议。

2021 年，公司通过上证 e 互动平台共回答投资者问题 75 个，问题回复率 100%，接听投资者来电 34 次。

## 3. 风控合规管理

### 3.1 建立风控合规体系

公司积极塑造诚信、廉洁的合规文化，打造灵活高效、具有前瞻性、覆盖全面的风控合规管理体系，并建立了风控合规“三道防线”，严格遵守内部流程及制度规范，全面保障风控合规。此外，公司重视审计监察职责，在流程管理、库存优化、日常审计、外审应对、系统优化和信息安全等六个内审职能维度采取风控措施，消除或减少风险事件发生的可能性，避免或减少风险事件发生时造成的损失。

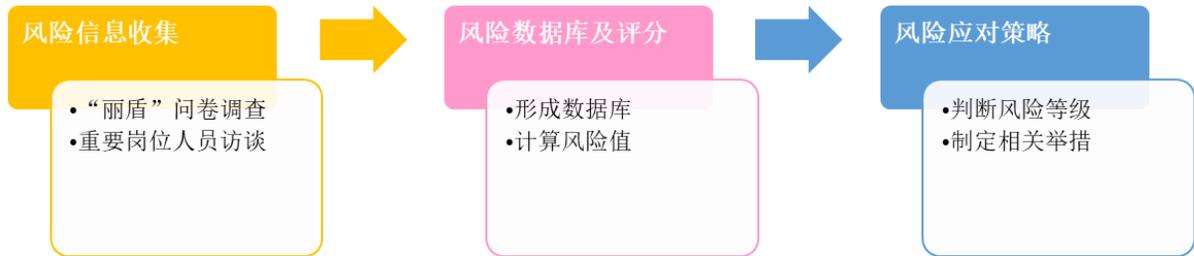


风控合规体系的“三道防线”

### 3.2 强化风控合规管理

公司通过“丽盾”小程序发布问卷收集风险信息，鼓励员工对日常工作中的新业务、新模式等导致公司暴露于风险下的情况及时汇报。“丽盾”小程序具备保密性、匿名性和灵活性，能使员工们安心上报风险信息，从而增强信息的真实性。同时，公司通过访谈的形式，每年邀请部门重要岗位约 50-60 人参与风险信息收集，列举存在或潜在的公司风险。

公司将收集到的风险信息进行整理、分析和归类，初步形成风险数据库，并根据风险信息划分为一、二和三级三个等级。公司每年选出员工代表从风险发生可能性及风险严重程度两个维度对风险进行评分，形成风险热力图。最终，公司将根据风险热力图制定相应的应对措施，最大程度地防范、消除风险产生导致的损失。



风险应对举措“三部曲”

### 3.3 塑造合规文化

公司注重风险合规文化的宣贯宣导，通过拍摄短视频讲解风险合规的重要性，在公司休息场所和公告栏张贴举报邮箱小告示、信息安全和营销安全七言诗，定期开展风险管控研讨会、全员培训等方式提高员工风险合规意识。



公司公告栏风险管理文化宣传-举报邮箱小告示和信息安全七言诗

## 4. 诚信廉洁

丽人丽妆对索贿、受贿及其他不正当交易行为秉持“零容忍”态度，以诚实守信、职业道德和遵纪守法三个总体原则，全面贯彻全员廉洁守规理念和政策。公司要求全体员工签署《员工廉洁守规约定书》。若有违反规定的情形发生，公司将视情况采取违纪处分措施。

为了强化员工诚实守信、廉洁合规意识，公司每年举办多次研讨会、培训会和高层宣讲会等，并通过日常邮件提醒、小贴士等方式，加强日常宣贯。在新员工入职培训期间，公司向他们讲解职业操守及道德规范规定、举报流程、员工及亲属利益申报和违规惩罚制度等规定。



公司组织廉洁守规研讨会

由于公司业务属性，公司特别制定《促销抽奖活动廉政指导》，对员工及其直系亲属参与“大促”抽奖活动做出严格规定，禁止员工泄露、提供抽奖促销活动相关信息协助中奖的行为。

公司还致力于与合作伙伴共同构造一个协作共赢的清廉生态，将签署《廉洁守规协议》作为签订合作协议的必要条件。《廉洁守规协议》中明确“公司规定员工不得接受供应商提供的任何形式的回扣、礼品、其他财务或利益”等要求。

公司建立内部举报受理制度，受理包括商业贿赂、舞弊、违规在内的各类违法违规相关信息线索。举报人进行举报时可进行实名举报或匿名举报。公司承诺举报邮箱由专人掌握并对举报来源、举报人身份信息、举报信息等严格保密。对收到的举报、投诉，公司将及时对投诉、举报事项进行分析评估，上报公司管理层，并根据需要组织各相关部门人员共同组成特别调查小组进行联合调查。调查结束后，公司审计监察部或联合调查小组出具调查报告，向公司管理层进行报告，由公司管理层对事件进行评估和处理。

举报电子邮箱：[corp-jubao@lrlz.com](mailto:corp-jubao@lrlz.com)



公司在办公区域张贴“小告示”，鼓励员工发现违规、舞弊行为第一时间向公司反馈

### 三、 责任运营

作为联结品牌和终端消费者的重要桥梁，丽人丽妆致力于通过自身对行业十余年的深耕经验以及专业的信息化、智能化技术研发能力，帮助品牌实现全域精细化运营，助力品牌价值提升。

#### 1. 助力品牌价值提升

公司凭借对品牌特性及消费习惯的深刻理解和洞察，以及在线上零售服务方面积累的专业运作经验、数据分析能力及精准营销策划能力，与品牌携手共进。截至 2021 年 12 月 31 日，公司与超过 60 个品牌达成合作关系。

##### 1.1 精选良品

###### ● 挖掘市场需求，凸显品牌价值

移动互联网时代，中国消费者对愈发追求高品质的产品，消费需求持续演进。公司通过对行业发展趋势的深入分析，洞察“消费者的真实需求”，帮助更多高品质和高性价比的良品进入中国市场，从产品层面增加消费者的幸福感。

#### 【案例】选择 KISSME 防水线产品，解决眼妆晕染等痛点

丽人丽妆凭借自身丰富的日系品牌运营经验，率先接触日本人气品牌 KISSME。在选品阶段，公司对现有市场上的消费者评价进行收集和分析，发现消费者普遍存在眼妆苍蝇腿、晕染等痛点，从而决定从防水持妆的产品特性作为突破口，选中 KISSME 品牌旗下的防水线产品。经过测试，旗下明星产品睫毛膏产品具有优秀的防水持妆效果，同时产品具有安全滋养的成分。

基于 KISSME 产品出色的品质，品牌与我们第二年的合作中运营的旗舰店就达到 1 亿+的年销售额，对比合作前增长 500%+。2021 天猫“双十一”大促中，KISSME 防水睫毛膏、防水眼线液笔等多款产品登上“天猫双 11”热卖、好评等多个榜单，并勇夺“天猫双 11”眼线笔类目第一。

#### 【案例】挖掘 Kate 产品“爆点”，助力品牌突围

丽人丽妆从“消费者的真实需求”着手，了解到近年来能够凸显高级氛围的雾面妆感最受消费者欢迎，但同时能够营造雾面妆感的粉底液通常对干皮肌肤不太友好。通过调研，公司发现 Kate 的粉底液恰好能够解决这一痛点。

与 Kate 合作后，公司首先通过 KOL 邀约试用和市场投放测试的方式，挖掘产品“爆点”，继而通过广告宣传素材优化、自有直播间、淘宝群等一套组合拳，实现了 Kate 粉底液的品牌搜索量与销量的增加。

## 1.2 负责任营销

丽人丽妆将社会责任的践行全面融入营销环节。我们通过严格的审核及内部管理流程，保障营销内容的合规、真实及有效，并通过信息化及智能化的手段增加消费者触达，精准定位投放。同时，丽人丽妆致力于通过正向、积极的营销内容引领消费者，传递美丽、健康及自信的价值观。

### ● 合规宣传

公司严格遵守《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国价格法》在内的各项法律法规，制定完善的广告宣传用语指导流程，严格管理与审查店铺页面宣传、广告宣传、价格设置、客服用语、促销活动等书面、音频和视频内容输出的合规性、真实性和无误导性。

除了内部制度流程上的规范与约束，公司通过邮件、线上公告的形式，以每周一次的频次，向全员分享宣传图片、避免夸大宣传、专业术语使用规范等方面的要求与案例，培养全员合规宣传意识。

### ● 多元触达

随着消费者对在线购物个性化体验的需求增强，公司不断突破边际，积极推动 VR、AI 等新兴科技在营销场景的应用，为消费者打造了多元化的体验场景，以优质、差异化的信息与“沉浸式”的体验触达消费者，加深与消费者的互动联系。

#### **【案例】智能 VR 试色，让消费者享有更真实、智能的购物体验**

丽人丽妆合作品牌施华蔻率先开启了 VR 试色的购物新模式。消费者进入“施华蔻官方旗舰店”产品的详情页面，点击橱窗图右侧的“头发试色”进入“美妆 VR”页面，即可进行线上一键试色。VR 科技可自动识别人脸和头发，消费者在选择色号后，可即时看到不同发色的效果。相比在线下色卡选色，VR 试色形式不仅更加直观便捷，还可以帮助消费者比对不同色号的效果，从而找到自己最满意的发色，满足消费者的喜好和需求。VR 试色的模式不仅实现了品牌与消费者更具有真实感、科技感、智能化的创意互动，还让消费者享受到一站式、个性化、社交化的消费新体验。施华蔻通过使用 VR 试色，用户的购物转化率比不使用时提升 1.2 倍，销售额提升了 1.5 倍。



### 【案例】线上直播+线下快闪店，实现品牌声量立体化传播

短视频的火爆改变了人们的社交、娱乐、获取知识的方式，也为人们提供了一种新的购买途径。2021年7月，丽人丽妆合作品牌雅漾携手抖音电商开展了为期13天的“抖音超品日”合作活动，并在7月30日于上海落地快闪店，打造属于品牌自己的粉丝节。消费者可以在“雅漾 X 抖音超品日”限时体验店进行AI人工自测了解自己的皮肤状态，寻找到最适合自己的护肤方案和产品，还能在现场参与抖音线上挑战赛、抓奖机等互动游戏。“雅漾 X 抖音超品日”用线下体验联动线上直播、短视频，实现了品牌声量的立体化传播。

#### ● 精准定位

随着互联网和数字化技术的成熟，中国消费市场已经开启多维度的革新。公司洞察数据价值，深刻刻画消费者画像，为品牌量身定制运营策略，实行消费者的分层管理，提升品牌忠诚度。

### 【案例】制定分层营销策略，精准匹配客户需求

近年来，下沉市场凭借庞大人口基数、不断普及的互联网覆盖和快速增长的消费需求，成为互联网零售行业关注的焦点。而Whoo后品牌作为美妆高奢品牌之一，在下沉客群拓展方面面临一定挑战。丽人丽妆精细梳理Whoo后的产品线和用户画像，制定了分层营销策略，让不同产品线精准匹配特定客群的潜在需求，提升消费者的忠诚度，助力Whoo后品牌实现销售额的增长。



2021年10月14日，公司参加由上海报业集团和界面新闻主办的“2021界面时尚力峰会”，并荣获“新颜榜”2021“年度品牌管理服务商”大奖

- 价值引导

丽人丽妆严格把控营销内容，坚持正向价值引导。丽人丽妆聚焦女性消费者群体，拒绝擅动容貌焦虑及年龄焦虑，引导女性以自信、健康的方式追求美丽。同时，我们注重在营销活动中增加健康知识科普及宣传等消费者教育内容，主动提升营销品质。

**【案例】健康知识科普**

丽人丽妆合作品牌馥绿德雅打造《专业大咖说》IP直播栏目，针对品牌产品专业防脱的特性，开展权威医生小课堂，进行健康科普教育，为消费者在线解答脱发难题，分析讲解一系列专业防脱护发知识。作为直面消费者问答的店铺第一入口，馥绿德雅自有直播间 2021年“双十一”期间成交额超 1,400 万，同比 2020 年增长 332%，占全店销量 20.5%。专业氛围+精准答疑+人群运营，馥绿德雅自有直播间成为洗护品牌新标杆。



### 1.3 共建绿色价值链

作为产品价值链的一部分，公司坚定地致力于与品牌客户共建绿色、可持续的供应链，并将绿色环保理念传递给我们的消费者。我们将可持续发展和环保理念纳入产品物流阶段，致力于降低在产品物流及包装环节带来的环境影响。

- 选择绿色品牌

随着消费者环保意识的提升，可持续发展的理念逐渐深入人心，消费者更倾向

于选择具有可持续发展价值观的品牌和产品。丽人丽妆在孵化自有品牌以及选择合作品牌时候，注重其产品的可持续发展特性，助力可持续的绿色产品进入市场。

#### **【案例】具有天然环保基因的品牌玉容初**

公司与研发团队合作孵化的品牌玉容初，在产品构思之初便定位以绿色天然的中草药为原材料，避免使用矿物油、防腐剂、甲醛释放化合物、人工色素和人工香精等可能造成环境影响的成分。产品包装设计上，玉容初亦追求简单包装，将资金主要投入在产品研发与成分上，减少过度包装造成的资源浪费。据测算，玉容初的原料成本高于外包装成本 5-7 倍。

2021 年 10 月下旬，“玉容初”品牌正式在天猫面世，差不多一个月的时间，品牌在官方旗舰店的销售额已达 50 万，圈粉超 16,000 个，好评率在 99% 以上。

#### ● 绿色包装

我们还积极探索环保包装材料，提升快递包装过程中的物料使用效率，将绿色环保的理念传递给消费者。我们优先选择采购环境友好、节能降耗的产品和服务，对于包装材料和印刷业供应商，要求其出具环评报告书，以确保合格供应商满足国家的绿色倡导或法律法规要求。



自有品牌采用环保布袋包装，供终端消费者二次使用

#### **【案例】与品牌客户共同设计绿色环保包装**

丽人丽妆的品牌客户皮尔法伯集团是欧洲第一、全球第二大皮肤学护肤品集团。皮尔法伯自成立以来就将社会环境责任和可持续发展置于发展模式的核心。在合作过程中，我们也希望通过与品牌共建可持续供应链的方式，将可持续发展、绿色环保的理念传递给我们的消费者。例如皮尔法伯旗下品牌康如在成分上不仅使用有机、可持续的原材料，在产品包装设计上亦融入了环保理念，采取了如下举措：

- “撕拉式纸箱”替代传统纸箱：减少塑料胶带的缠绕，既能节约打包过程的繁琐流程，又能助力环境保护

- 减少塑料薄膜、塑料气柱等快递填充物的使用：根据不同产品设计纸箱内部空间分隔，精确定位产品在箱子里的固定位置和空间，不仅可以减少物料使用，还降低了产品快递破损率
- 摒弃纸质说明书：将使用方法、注意事项等纸质内容以更加便捷环保的电子形式呈现给每一位消费者，取消纸质物料将节约大量纸张的使用，同时减少印刷油墨对环境的污染。



## 2. 提升用户消费体验

### 2.1 全链路品质管控

为确保公司经营及销售产品的质量与安全，满足消费者对优质正品诉求，公司制定了覆盖丽人丽妆及下属子（分）公司的《质量安全管理度》，明确规定公司法定代表人或质量负责人对购进或销售的产品质量安全负总责。

为兑现对客户的产品和服务质量的承诺，公司重点加强对产品入库、物流配送、售后服务等核心环节的质量控制，形成了一套完整的产品质量检验体系。

- **入库与仓储管理**

货物到库时，公司根据送货单列明的产品名称、品牌、规格、数量、重量、货值、生产批号、限制使用日期或生产日期及保质期等项目对产品进行抽检。对于验收不合格的产品，公司实行退货或销毁处理，严禁其流入市场。

公司会对已入库的产品进行月度盘点抽检，及时记录并报告产品库存信息及效期，如发现产品效期低于系统维护的预警天数时，将在第一时间报告处理，避免销售临期产品。公司还设置了临期禁售天数，系统会自动冻结效期低于 10 个月的产品，不允许发货。

仓库的温湿度控制是保证产品质量的重要条件。公司配置了温湿度检测表，每日 2 次定时记录库房温湿度变化，并采取密封、通风与吸潮等措施及时调节库房内的温湿度，保障产品在存储期间的品质。

- **出库与物流**

公司遵守“先进先出”原则进行发货，并制定了产品出库检查标准，杜绝销售过期产品和不合格产品。为降低因包装破损造成的商品损坏和经济损失，公司制定了《商品包装流程操作规范》，采取施加密封保护、合理设计包装箱空隙、进行跌落测试等方式，避免或降低物流运输过程中商品损坏的风险。

**【案例】快递直发，减少商品丢失与破损**

2021 年天猫“双十一”期间，丽人丽妆与合作品牌采用快递直发的方式，省去中间流转环节，将快递直接送达客户手中。快递直发的模式不仅能有效提高商品运输的时效性，还能减少商品在运输过程中的丢失与破损情况的发生，进而提升客户满意度。以合作品牌雪花秀为例，“双十一”期间，快递直发模式比普通模式的全链路整体时效降低了 22.71 小时。

**【案例】预售产品极速达**

为提升消费者的服务体验，我们在“618”及“双十一”等大促期间使用极速达产品，即基于历史数据和预售情况，提前将商品前置到距消费者最近的仓库/快递站点，以实现买家付款后第一时间进行派件，大幅提升预售订单物流时效和客户体验的预售利器。以合作品牌凡士林为例，“618”大促期间，品牌 73.9% 的订单完成当日达，让消费者实现“睡前下单，醒来收货”。

- **售后质保**

公司建立了科学的产品召回机制，致力于避免与减少流入市场的缺陷化妆品对消费者的健康损害，以维护消费者的利益。当产品缺陷事故发生时，公司业务部门及时与质控部门、法务部门和内审部门沟通，根据召回事件类别启动对应的召回方案。

## **2.2 提升客户服务质效**

公司致力于以个性化的服务优化终端消费者购物效率和体验，为此公司从流程机制规范、智能化工具应用、售前/售后客服团队能力提升等方面发力，不断提高客户服务能力。截至 2021 年 12 月 31 日，公司共建立 108 条标准作业程序（SOP）并于每年进行优化更新。SOP 覆盖售前、售后、品控和紧急事件处理等客户服务的全方面，为规范管理客户服务提供规范的机制保障。

- **建立优质客户服务团队**

公司拥有专业的客服团队，通过标准化培训的方式不断提升团队的服务质效。同时，公司设置了“转化率”“售后满意度”“解决率”等多个指标，对客服人员的绩效表现进行追踪与考核，确保客服团队的服务质量，保障消费者的购物体验。2021年，公司共上榜天猫客服红榜 72 次。



公司每年举办 2 次“客服培训讲师”资格认证，2021 年共有 8 人通过认证，通过率为 100%



面对“618”“双 11”大促期间井喷式的成交量带来的服务压力与挑战，公司对客服员工进行标准化培训考核

### ● 高效沟通与投诉处理

公司上线了阿里智能客服机器人“店小蜜”自助应答客户疑问，辅助人工客服提升问题处理效率，并通过“质培小蜜”“赤兔火焰”等智能化工具，监测人工客服和智能客服的服务质量。除此之外，我们还上线多种具备自动拦截订单、客户关怀、产品状态提醒等功能的工具，7\*24 小时解决客户需求，对客户的咨询和评价做出及时反馈，高效解决客户问题求助，助力提升客户的信任度与品牌的美誉度。

在应对和处理客户投诉方面，公司制定了规范的客户投诉处理机制并持续优化精进。售后客服依据流程及时处理客户反馈的问题和需求，确保客户得到满意的处理结果。2021 年 6 月 1 日至 12 月 31 日，我们客户投诉完结率 100%，客户售后满意度平均为 85%。

### 3. 信息安全与隐私保护

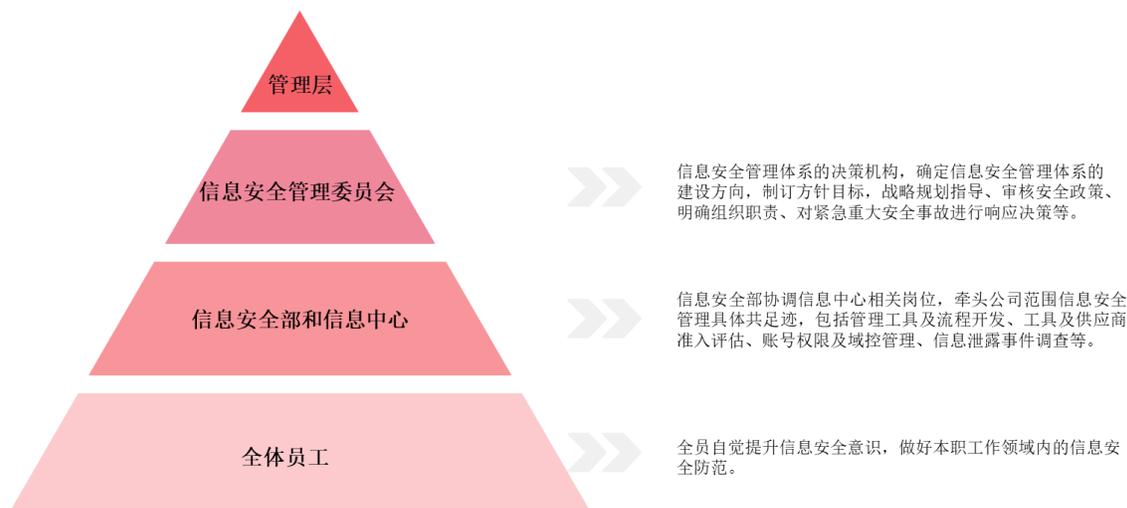
#### 3.1 健全信息安全体系

为提高数据安全规范及标准化水平，公司遵守《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》和《中华人民共和国个人信息保护法》等法规，制定了《信息安全管理准则》《信息系统恢复计划》《安全事件报告和处置管理制度》《信息安全准入许可标准》等制度，建立信息安全制度体系，全面提升信息安全管理能力。

2021年，我们新制定《抖音平台信息管理制度》和《信息系统灾难恢复计划》，并对《客服基地信息安全执行细则指导手册》进行完善更新。其中，《抖音平台信息管理制度》明确了抖音店铺主账号、子账号的使用权限，并明晰涉及顾客敏感信息的报表导出须审批。《信息系统灾难恢复计划》针对日常可能遇到的系统中断、故障等场景制定了相应的执行计划，并且规范了日常应急演练的相关要求。

#### 3.2 信息安全组织保障

公司建立了由管理层统筹的信息安全组织架构，为信息安全管理提供高效组织保障。



丽人丽妆信息安全管理组织架构

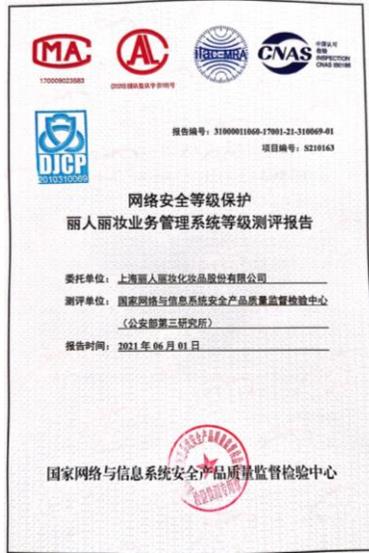
#### 3.3 信息安全审计与认证

我们已通过信息安全管理 ISO27001 认证及国家信息安全等级保护（“等保”）三级认证，并每年开展系统和组织控制（System and Organization Controls, SOC）审计。2021年，公司未发生重大数据安全事件。

丽人丽妆是境内率先通过 SOC2 审计的互联网零售行业的电商企业。SOC 由美国注册会计师协会 (AICPA) 创建的内部控制报告，是全球公认最具权威性、专业性的数据安全审

计报告。通过 SOC2 审计代表了企业应对信息安全风险所采取的内部控制措施设计合理并有效执行。

此外，我们每年进行 1 次等保三级测评，2 次渗透测试。等保三级认证是中国最权威的信息产品安全等级资格认证。根据《信息系统安全等级保护基本要求》，等保三级的测评内容包含信息保护、安全审计、通信保密等在内的近 300 项要求。通过等保三级认证，表明企业的信息安全管理能力达到国内最高标准。



2018 年至 2021 年，丽人丽妆已连续四年高分通过信息系统安全等级保护三级测评并获得信息系统安全等级保护三级备案



丽人丽妆成功获得 ISO/IEC 27001 : 2013 国际信息安全管理体系认证证书

### 3.4 信息安全意识提升

公司致力于提升全体员工的信息安全意识，通过针对相关部门和岗位解读数据安全与隐私保护的最新法规要求、在线上学习平台开设信息安全培训课程、向全员推送信息刊物等方式，向全员宣导信息安全的重要性。此外，我们要求新入职员工 100%接受《信息安全意识》培训并通过考试。



丽人丽妆信息安全宣传刊物

我们还积极参与行业经验分享与交流大会。2021年9月8日，我们参与了由上海市电子商务协会举办的主题为“数据合规运营交流会”，并针对数据监管政策制度提出见解与建议。

### 3.5 强化用户隐私保护

《中华人民共和国数据安全法》和《中华人民共和国个人信息保护法》分别于 2021 年 9 月 1 日和 11 月 1 日正式实施，对互联网平台服务的个人信息合规处理与保护提出更严格的要求。公司依法制定《隐私信息导出和传输指引》《客服外包合同-数据保护规定》等制定条款，建立健全内部的用户信息安全保障制度。

公司积极响应合作平台要求，实施“敏感信息保护升级”方案，以更好的保障用户信息的安全、降低用户数据泄露或者被恶意修改的风险。该方案实施后，淘宝用户名、收件人、电话、地址、邮箱、身份证等消费者敏感信息的字段在平台端均会默认进行脱敏（模糊化、匿名处理等）或加密处理，确保公司在业务运营的所有环节不直接获取消费者的敏感信息。

如因售后服务等业务需求，需访问消费者的敏感信息，公司需要向平台提交《明文敏感数据导出-商家授权书》并严格遵循仅处理业务实现所必须的最小量数据的原则进行审核。对于此类明文用户隐私信息，公司内部仅做业务处理使用，未经授权的人员亦无权查看，公司内部系统在完成业务需求后也将不再保存。

## 四、价值共享

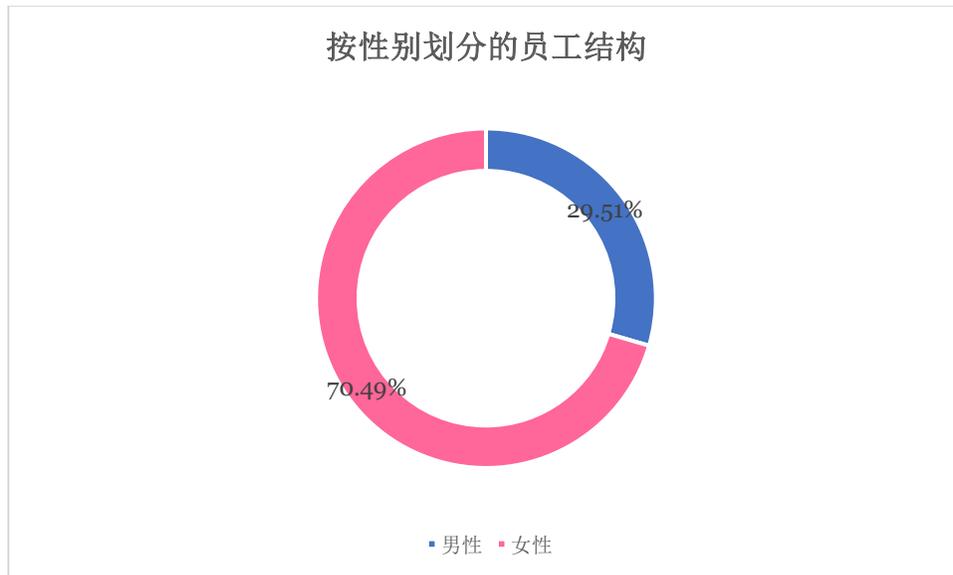
利益相关方的支持是丽人丽妆持续成长的源动力。公司不仅关注自身价值的创造，还致力于与利益相关方共享价值。公司尊重与保障员工的合法权益，为每一位员工打造切合自身成长的职业发展阶梯，努力成为一家具有平等与包容性，能让员工获得成长、感受幸福的企业。此外，我们积极参与行业活动，与供应商等商业合作伙伴共商共建、共赢共荣，并积极开展公益志愿活动，用心回馈社会。

### 1. 保障员工权益

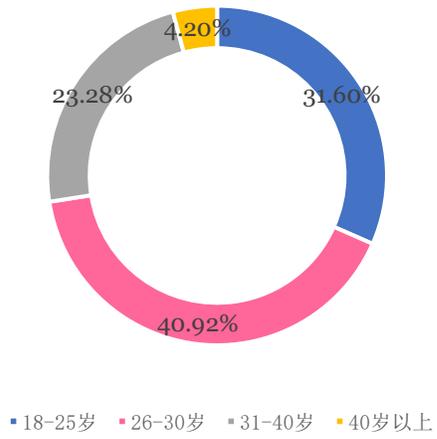
#### 1.1 吸引并留住人才

公司严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等相关法律法规，建立和完善《人力资源政策与程序-合同管理办法》《人力资源政策与程序-薪资支付管理办法》《人力资源政策与程序-员工入离职管理办法》等规章制度，充分遵守和保障员工享有合法权益。我们严禁雇佣童工和强迫劳动，保障男女员工同工同酬，努力营造多元化、公平、公正的工作环境，确保所有员工不因种族、性别、年龄、宗教信仰或残疾等各种因素而受到歧视与差别化对待。截至 2021 年 12 月 31 日，公司共有员工 1,190 人，劳动合同签订比例 100%，缴纳社会保险比例 100%。

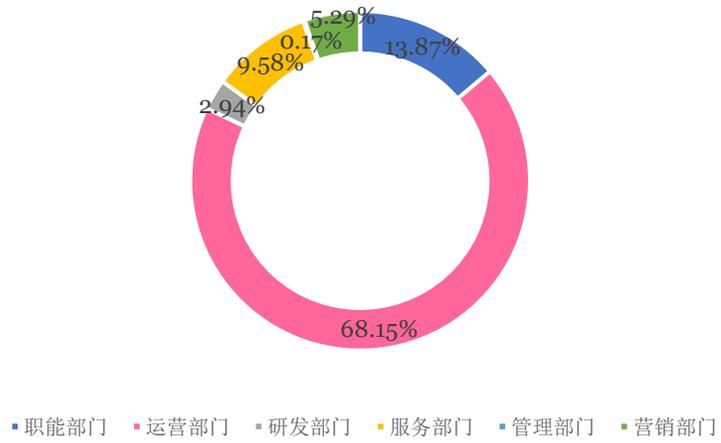
我们常年与上海市松江区残疾人联合会结队，安置辖区内的 14 位残疾人士在公司就业，为其提供相应的生活保障，如为他们建造了直梯，方便他们日常的出行。

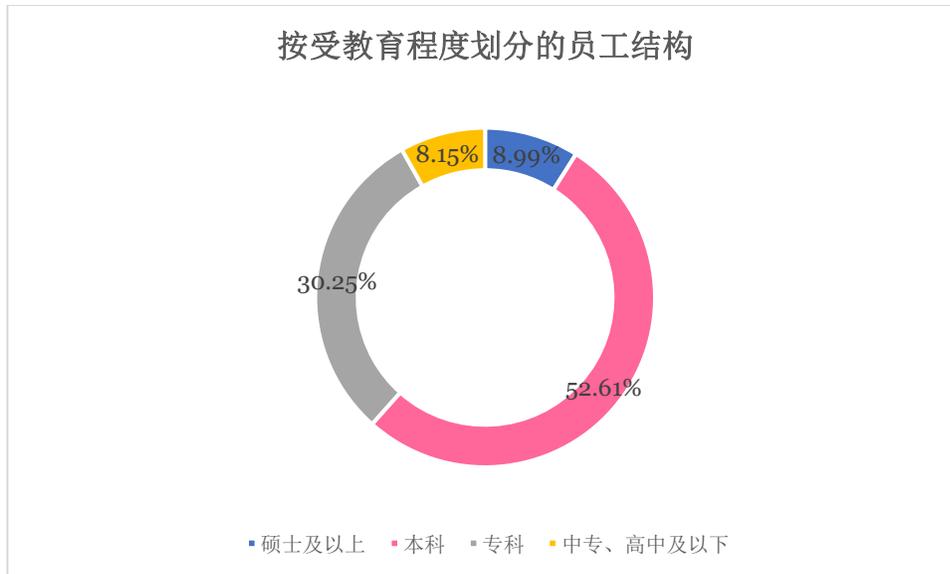


按年龄划分的员工结构



按职能划分的员工结构





### ● 薪酬福祉

公司建立了民主、公平的绩效评估体系，定期考核员工绩效，以帮助员工充分了解岗位职责与工作目标。基于考核评估结果，我们对员工绩效进行调整。员工如认为考评不够合理，有权以书面形式反映个人意见。公司人力资源部也会参与到员工的绩效考评过程中，以确保员工得到公平对待。

为了激励并留住核心人才，实现员工成长与企业战略发展的同频共振，2021年3月，公司按照《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》和《上市公司股权激励管理办法》向中高层管理人员和核心技术（业务）人员共计 81 名激励对象首次授予 162 万股限制性股票。2021年10月，公司向中高层管理人员和核心技术（业务）人员共计 21 名激励对象授予 40 万股预留部分股限制性股票。

员工福利方面，我们按照法律规定为员工缴纳五险一金，并提供额外的交通补贴和晚餐补贴等。

### ● 平等沟通

公司设立多种沟通平台，搭建了员工服务热线（021-57835109）、《丽行》内刊、面谈和公告栏等沟通反馈渠道，倾听员工的心声，帮助大家解决生活、工作上的疑惑与问题，积极营造和谐的团队氛围。

自成立以来，公司《丽行》双月刊已发行 26 期，2021 年发行 2 期，内容涵盖公司事件、培训和文化，方便员工快速了解企业资讯。



丽人丽妆董事长黄韬  
出席2021界面时尚力峰会并发表主题演讲

【界面时尚】丽人丽妆董事长黄韬日前出席2021界面时尚力峰会，并发表主题演讲。黄韬在演讲中表示，丽人丽妆将坚持“品牌+渠道”双轮驱动战略，持续提升品牌影响力和渠道渗透力，为消费者提供优质的产品和服务。同时，公司也将加大研发投入，推动技术创新，不断提升核心竞争力，实现高质量发展。

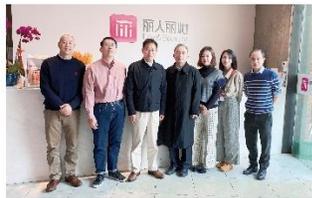
黄韬在演讲中还提到，丽人丽妆将积极响应国家号召，履行社会责任，推动行业健康发展。他表示，公司将加强与上下游企业的合作，共同构建良好的产业生态，为消费者创造更多价值。黄韬的演讲受到了与会嘉宾的广泛关注和好评。



上海市文创办领导走访丽人丽妆  
关心孵化品牌发展情况

【界面时尚】上海市文化创意产业促进中心领导日前走访丽人丽妆，深入了解公司孵化品牌的发展情况。领导们与公司负责人进行了座谈，就品牌孵化、市场推广等方面进行了交流。领导们表示，丽人丽妆在品牌孵化方面取得了显著成绩，为上海市文化创意产业的发展做出了积极贡献。公司将继续加大品牌孵化力度，推动更多优质品牌涌现。

丽人丽妆负责人表示，公司将积极响应政府号召，加大品牌孵化力度，推动更多优质品牌涌现。他表示，公司将加强与政府部门的沟通与合作，共同推动上海市文化创意产业的发展。丽人丽妆将继续秉承“品牌+渠道”双轮驱动战略，不断提升品牌影响力和渠道渗透力，为消费者提供优质的产品和服务。



## 公司《丽行》内刊

### 1.2 支持员工成长

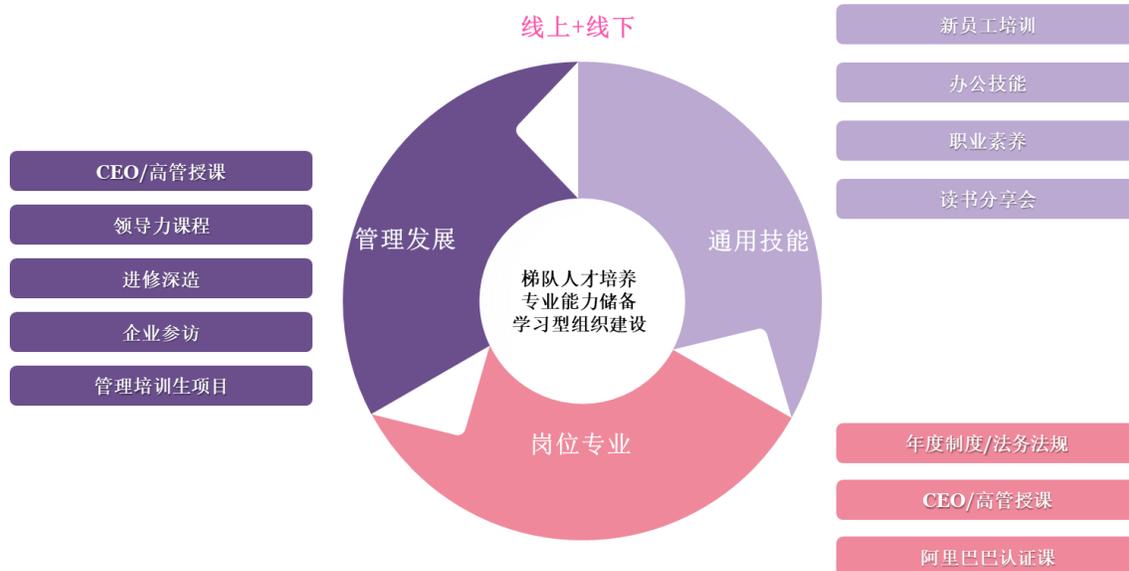
#### ● 职业发展通道

为满足员工发展的需求，帮助员工在适合的赛道上成长，我们充分考虑互联网企业的运营特点，将岗位序列区分为 **P 序列**（技术岗）和 **M 序列**（管理岗）。员工通过岗位定位，能快速明确现有的专业能力和管理水平，有效规划职业发展路径。



#### ● 教育与培训

我们重视员工知识和能力的发展，建立完善的员工培训体系，为公司打造专业化团队奠定坚实的基础。公司搭建了线上及线下学习平台，基于不同人才发展需求开发管理发展、岗位专业及通用技能等类型的课程。



丽人丽妆建立完善的培训体系

我们每年举办各类专业课程培训，定期组织“高管读书会”“金牌总监工作坊”“明星店长分享会”等培训活动，在公司内部形成开放、共享的学习氛围。此外，我们与复旦大学、上海交通大学等知名院校合作，选拔和支持优秀员工继续 MBA 深造。公司自成立以来共支持 10 位高管就读 MBA，2 位高管就读 EMBA。2021 年，公司共对 918 名员工进行培训，共开展 50 场线下培训。

具体培训数据如下表：

培训与发展		
指标	单位	2021 年
组织开展线下培训的次数	次	50
接受培训的员工人数	人	918
接受培训的员工占总人数比例	%	77%
按性别划分接受培训员工人数：男性	%	27.23%
按性别划分接受培训员工人数：女性	%	72.77%
按年龄划分接受培训员工人数：18-25 岁	%	34.53%
按年龄划分接受培训员工人数：26-30 岁	%	44.01%
按年龄划分接受培训员工人数：31-40 岁	%	20.81%
按年龄划分接受培训员工人数：40 岁以上	%	0.65%

#### 【案例】新员工入职培训

针对新入职的员工，丽人丽妆制定了系统的线下和线上学习计划。新员工入职当天将接受企业介绍、职业素养等课程培训。入职后，全体新员工将分别在 3 个工作日、1 个月内完成公司制度、职业操守、信息安全和工具操作使用等培训。其中，对于在运营部、法务部、内控部和市

场部等专业岗位工作的新员工，将接受进一步的如法务合规专题、化妆品安全管理条例、事故案例分析的培训。课程学习结束后，公司还将以考试的形式对员工的学习情况进行评估。

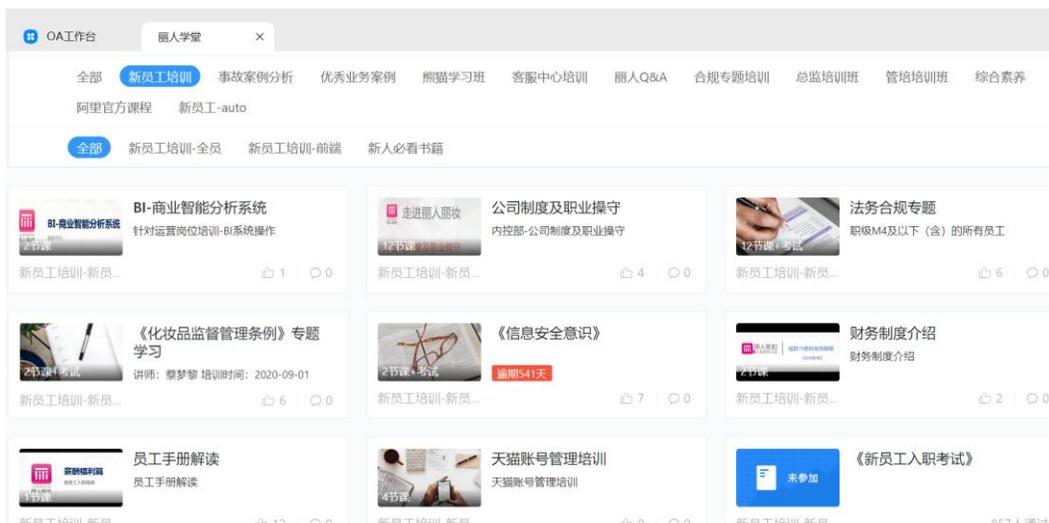


### 【案例】组织企业业务竞赛

丽人丽妆每年不定期组织业务竞赛，激发人才创新创造活力，持续提升企业业务能力和员工价值创造能力。2021 年公司举办了年度优秀案例评比大赛，遴选出优秀团队进行表彰、奖励，同时邀请优秀团队进行全司分享学习。

### 【案例】全员直播课程培训

近年来，网络直播生态密集式爆发，并在国家政策指导下不断向健康方向发展。为了紧跟直播生态发展，培养优秀直播人才，丽人丽妆在 2021 年共举办了 36 场直播培训课程，课程内容覆盖直播优化、数据分析、管理分析和品牌优秀案例分享。



公司线上平台培训课程包括新员工培训、事故案例分析学习、优秀业务案例分享、高管培训、管培培训等课程

### 1.3 关注身心健康

丽人丽妆高度重视员工的身心健康、办公场所安全以及员工的福祉与关怀。为此，我们组织开展多种形式的文体活动、建立安全保障机制，保障员工工作与生活的平衡。

#### ● 员工健康与安全

我们十分重视办公场所的安全。为了预防和控制潜在的事故或紧急情况的发生，提升提高员工的消防安全意识，公司定期举行办公场所消防演习，并配置齐全的急救包供全体员工使用。此外，我们也关注员工心理健康，为全体员工配备了 EAP 心理咨询沟通渠道。

新冠防控期间，我们为员工和合作伙伴配备口罩、酒精湿巾等防护用具。2020 年 8 月 18 日至今，公司共发放口罩 192,000 个，酒精湿巾 236 包，消毒液 386 瓶。

#### ● 丰富员工活动

为了丰富员工生活、强健员工体魄、营造出健康向上、活力四射的企业氛围，我们成立了由徒步社、羽毛球社、游泳社和篮球社四个社团组成的“活丽社”，并为每个社团提供统一基础运营经费。社团由员工自主运营、充分民主。“活丽社”成立至今，已吸引徒步社社员 145 人，羽毛球社社员 210 人，游泳社社员 165 人和篮球社社员 38 人。此外，我们会在传统节日和每月生日会等节点，向员工发放礼物与福利，表达公司对员工的祝福和关爱。



徒步社在安吉的滑雪和漂流社团活动



篮球社参加 2021 年徐家汇企业白领 3x3 篮球赛



公司“游园会”活动



我们每月为当月过生日的员工举办生日会

#### 1.4 支持女性力量

女性员工是丽人丽妆公司发展的重要组成力量。为进一步保障公司女性员工的权益，2021 年 3 月，丽人丽妆“妇联”正式成立。公司对外通过组织参加上海市徐汇区妇女联合会主办各类活动，促进企业间女性学习交流；对内通过扩建图书室、健身房、共享阳台、亲子游乐区和“妈咪小屋”等，提升女性员工的职场体验感与幸福指数。



上海市女企业家协会会长杜松杨走访丽人丽妆



公司采购行政部通过全员问卷调查广泛收集员工建议，对卫生间进行了全面升级优化，并添置了多组 LED 灯饰，满足女性员工日常补妆的实际需求

## 2. 供应商管理

公司主要的采购品类包括品牌商品采购、促销品采购、行政采购和媒介采购等。为加强采购的专业化管理，维护良好的供应链环境，我们制定并严格遵守《采购业务基本指导规范》《行政采购指导规范》《廉洁守规协议》等制度规范，对供应商的准入考核、评估监督和退出等方面作出详细说明。

此外，我们定期对承担采购职责的员工进行轮岗或换岗，审计监察部将开展定期与不定期监督审计，如发生违规情形，将采取相应的处分措施。

### 2.1 供应商准入与评价

针对新供应商，公司会进行前期调查，要求供应商填写《供应商信息表》，包含经营相关信息、产品及服务相关信息、资质证明等，避免潜在风险事项。供应商调查审批合格后，将进入《合格供应商清单》。公司每年对供应商开展一次考核，考核内容包括交期、质量和服务内等方面。公司将供应商考核成绩分为 A、B、C、D 四类，其中考核不及格的供应商为 D 类，将被列入《供应商黑名单》中冻结使用。

### 2.2 供应商环境和社会风险管理

在供应商邀请招标阶段，公司会成立邀标小组，建立《回避制度》，规避亲友、与供应商有经济利益和其他可能影响评标公正结果的情形。同时，我们将《廉洁守规协议》作为签订合同和请款的必要条件，要求所有供应商均需签订该协议，并保证联系信息的准确。

我们充分考虑采购活动中对环境的影响，优先选择采购环境友好、节能降耗的产品和服务，对于包装材料和印刷业供应商，要求其出具环评报告书，以确保合格供应商满足国家的绿色倡导或法律法规要求。

## 3. 行业参与

丽人丽妆作为中国领先的化妆品营销零售服务商和分销商，积极参加行业交流活动，如中国化妆品趋势大会、阿里妈妈 m partner C 位私享会、界面时尚力峰会等美妆时尚行业活动，与社会各界分享自身成功实践经验，推动美妆时尚行业稳定繁荣发展。

### 【案例】参与中国化妆品趋势大会，探讨美妆发展新趋势

美妆产业已逐渐走进“中国时间”。2021年5月10日，以“美妆与科技”为主题的“2021中国化妆品趋势大会”在上海举行，丽人丽妆受邀出席此次活动。公司董事长兼总经理黄韬发表了主题为“美妆品牌线上发展的几个趋势”的演讲，与美妆行业品牌、营销、零售、供应链等 400 多位嘉宾以及线上 70 万+直播观众，共同探讨美妆行业发展新趋势。



### 【案例】阿里妈妈 m partner C 位私享会—“共创中国数字化营销变革”

2021年5月17日，阿里妈妈在杭州举办了 m partner C 位私享会，对话生态头部 C 位“大脑们”，丽人丽妆受邀出席此次活动。

本次私享会首次公布全链路效果营销赛道的 8 家超级营销伙伴。公司作为 8 家超级伙伴之一，与阿里妈妈以卷轴盖章的形式开启未来的战略合作，致力于深度共建定期产品、制定体系化营销课程定向培训，共同打造营销标杆案例，从人才、产品、组织等维度深度共融共谋未来。公司董事长兼总经理黄韬也在此次闭门会上针对效果营销场景的共建与共振话题，提出了“懂得借助营销工具帮助品牌实现精细化运营的服务商，未来将获得更多的发展机遇”的核心观点。

未来，公司也将通过与阿里妈妈更高频的互动，共同为品牌促进线上生意增长助力，旨在达到与行业伙伴一齐打造美妆营销标杆案例、探索商业发展之路，从而激发整个营销生态的创新和蓬勃朝气。



## 4. 公益活动

丽人丽妆作为一家上市企业，积极履行企业公民的社会责任。我们利用自身优势和资源与腾讯公益、美丽中国、火柴公益等慈善组织牵手，并结合实物捐赠、直播义卖等方式，在教育帮扶、扶危助困、抗疫救灾和社区志愿等领域持续贡献力量，向社会传递爱心和温暖。2021年，公司对外捐赠金额共计人民币 400 万元，其中包括价值人民币 100 万的洗护产品和价值人民币 200 万的衣物等。

### 【案例】助力艺术教育事业发展

丽人丽妆积极开展校园公益项目，旨在为教育事业的进步贡献力量。2021年6月9日，公司向上海戏剧学院教育发展基金会捐赠人民币100万元，助力国家社会艺术教育质量的提升。



### 【案例】抗汛救灾，驰援河南

2021年7月，在河南汛灾爆发之际，丽人丽妆立刻向上海市慈善基金会捐赠人民币100万元现金，第一时间支援河南前线的抗险救灾工作。公司还第一时间向家在河南的员工了解情况，并送上专项补助金与慰问。



### 【案例】众志成城，抗击雪灾

2021年11月，内蒙古自治区通辽市遭遇有气象记录以来最强的暴风雪天气，给当地群众生产生活带来了严重影响。在向中国红十字基金会了解情况后，丽人丽妆紧急调拨总价值人民币200万元、1,324件带自发热功能的羽绒服，通过当地红十字会捐赠至通辽市各区的一线志愿者们，帮助内蒙寒潮地区群众温暖过冬。



## 五、低碳环保



丽人丽妆践行绿色发展理念，致力于全面提升价值链资源和能源的使用效率，综合考虑在采购、产品设计和仓储物流等多个场景持续提升环保、节能的表现，竭尽所能地降低公司在运营活动中可能对环境造成的影响，努力迈向绿色低碳。

我们深谙保护环境的意义所在，坚持绿色运营，采取绿色办公管理措施促进节能减排，包括：

- **节能节水：**办公场所使用更加节能环保的 LED 等，并推动员工养成人走灯闭、及时关闭水龙头等良好的节约习惯；
- **推行无纸化：**为减少纸张消耗量，公司积极推广双面打印，倡导无纸化办公，如采购需求审批签字均通过邮件、钉钉等电子媒介；
- **废弃物回收利用：**公司严格执行垃圾分类，对于可回收废弃纸箱，鼓励员工开展二次利用，如用于邮寄快递等。

## ESG 关键绩效表

合规治理		
指标	单位	2021 年
董事总人数	人	8
独立董事人数	人	3
女性董事人数	人	1

合规雇佣		
指标	单位	2021 年
员工总数	人	1,190
按性别划分：男性	%	29.41%
按性别划分：女性	%	70.59%
按职能划分：职能部门	%	13.87%
按职能划分：运营部门	%	68.15%
按职能划分：研发部门	%	2.94%
按职能划分：服务部门	%	9.58%
按职能划分：管理部门	%	0.17%
按职能划分：营销部门	%	5.29%
按年龄划分：18-25 岁	%	31.60%
按年龄划分：26-30 岁	%	40.92%
按年龄划分：31-40 岁	%	23.28%
按年龄划分：40 岁以上	%	4.20%
按受教育程度划分：硕士及以上	%	8.99%
按受教育程度划分：本科	%	52.61%
按受教育程度划分：专科	%	30.25%
按受教育程度划分：中专、高中及以下	%	8.15%

培训与发展		
指标	单位	2021 年
组织开展培训的次数	次	50
组织开展培训的总课时数	小时	245.5
接受培训的员工人数	人	918
接受培训的员工占总人数比例	%	77%
按性别划分接受培训员工人数：男性	%	27.23%
按性别划分接受培训员工人数：女性	%	72.77%
按年龄划分接受培训员工人数：18-25 岁	%	34.53%
按年龄划分接受培训员工人数：26-30 岁	%	44.01%
按年龄划分接受培训员工人数：31-40 岁	%	20.81%
按年龄划分接受培训员工人数：40 岁以上	%	0.65%

能源使用		
指标	单位	2021年
耗电量	千瓦时	142,636
能源消耗密度	千瓦时/平方米	19.35

水资源消耗		
指标	单位	2021年
办公水资源消耗量	吨	7,081
水资源消耗密度	吨/平方米	0.96

温室气体排放量		
指标	单位	2021年
温室气体排放量（范畴二）	吨二氧化碳当量	59.91
温室气体排放密度（范畴二）	吨二氧化碳当量/平方米	0.01

说明：温室气体排放量为办公室运营外购电力所产生的能源间接排放，依据上海市生态环境局发布的排放因子计算。

## 读者意见反馈表

尊敬的读者：

您好！

非常感谢您在百忙之中阅读本报告，为向您及其他利益相关方提供更有价值的 ESG 信息，请您协助我们完成意见反馈表，并通过以下方式反馈给我们，以帮助我们进一步提升 ESG 的管理能力。

地址：上海市徐汇区番禺路 876 号

邮编：200030

电话：021-64663911

传真：021-64663912

邮箱：shlrlz@lrlz.com

1. 您属于以下哪类利益相关方：

- 政府人员  监管机构  股东和投资者  员工  
 客户  供应商及合作伙伴  社区居民  ESG 从业人员  
 同行企业  其他

2. 您对本报告的总体评价是：

- 好  较好  一般  较差

3. 您认为本报告披露的 ESG 信息质量：

- 好  较好  一般  较差

4. 您认为本报告的结构安排：

- 很合理  较合理  一般  较差

5. 若您对丽人丽妆的 ESG 工作和本报告有任何意见和建议，欢迎在此提出：