



# 丽人丽妆

## 2022 环境、社会及管治报告

股票代码：605136

上海丽人丽妆化妆品股份有限公司

# 目录

报告说明 .....	3
董事长致辞.....	4
专题：环保包装，缔造可持续美丽 .....	6
专题：数字赋能，助力消费绿色转型.....	11
专题：寻味华夏，叩启乡村振兴之路.....	14
1. 关于丽人丽妆 .....	16
1.1. 公司简介.....	16
1.2. 业务布局 .....	16
1.3. 股东回报 .....	18
1.4. 企业荣誉 .....	18
2. ESG 管理.....	22
2.1. 利益相关方沟通 .....	23
2.2. 实质性调研评估.....	24
3. 员工关爱 .....	26
3.1. 坚持合规雇佣 .....	26
3.2. 支持员工发展 .....	27
3.3. 打造温馨职场 .....	29
4. 合作共赢 .....	33
4.1. 助力品牌价值提升 .....	34
4.2. 打造高质量消费体验 .....	37
4.3. 供应链管理 .....	40
5. 回馈社会 .....	42
5.1. 保障社区安全 .....	42
5.2. 支持教育发展 .....	44

5.3. 奉献乡村振兴.....	46
6. 低碳环保 .....	48
7. 诚而有责 .....	50
7.1. 公司治理 .....	50
7.2. 风控合规管理.....	52
7.3. 诚信廉洁 .....	53
7.4. 信息安全保障.....	54
7.5. 知识产权保护 .....	57
附录：关键绩效表 .....	58
附录：读者意见反馈表 .....	61

## 报告说明

本报告是上海丽人丽妆化妆品股份有限公司发布的第二份环境、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 2022 年 1 月 1 日至 2022 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，上一份 2021 年 ESG 报告发布时间为 2022 年 3 月 3 日。

### 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，若存在与财务报告不一致的情况，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，以电子版形式发布于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：

2022 年是不平凡的一年，全球商业环境发生了翻天覆地的变化，直接影响了消费者的购物行为和决策，这对企业来说是机遇也是挑战。在充满不确定风险的大环境下，我们仍秉持初心，始终遵守“只卖授权正品”的承诺，致力于为消费者带来“只要美丽，不要担心”的消费体验，并携手各大利益相关方，将可持续发展作为战胜多重挑战的重要方案，不断开拓创新，为员工、消费者、合作伙伴与社会创造更多价值。

这一年，我们继续强化公司治理，守护诚信廉洁的商业环境。我们不断提升内部风险管理水平，通过建立健全诚信廉洁制度、全员签署廉洁协议等活动践行商业道德要求。为保障公司与各大利益相关方的权益，我们持续强化公司信息安全管理能力，提高全员知识产权保护意识，以更健全的治理机制推动公司高质量发展。

这一年，我们持续打造富有吸引力的职场环境。我们坚持“综合评估、择优录取”的用人方针，保障员工招聘与留任的稳定性，不断强化人才培养机制，提升员工福祉，并积极发挥女性职场力量，让美丽之花在职场绽放。同时，我们成立了法律援助小组，为陷入困难的员工提供支持帮助，缓解员工的后顾之忧，专注于职业发展。

这一年，我们不断提升运营能力，为合作伙伴创造更大价值。在数字技术成为消费升级全新驱动力的当下，我们凭借强大的数字化分析能力开展市场洞察，赋能品牌运营策略，满足消费者多元化、个性化、定制化的消费需求，并坚持负责任营销，向社会公众传递积极、正向的价值观，为品牌伙伴带来可持续的价值。

增长。我们不断优化供应商管理机制，加强沟通与经验分享，降低供应链上的环境与社会风险，构筑更优质的供应链。

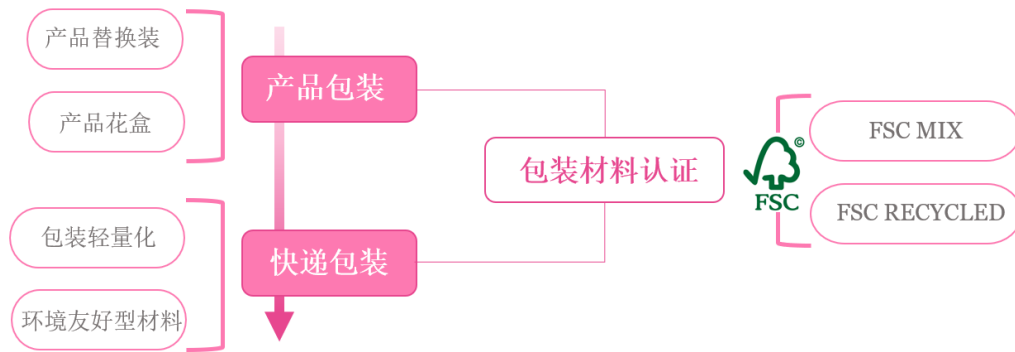
这一年，我们积极承担企业社会责任，为环境与社区献力，共同建设美好家园。我们立足本业，从产品与营销入手，扩大绿色设计、绿色包装应用范围，倡导消费者共同践行绿色发展理念，并在运营过程中不断提高资源利用效率，减少能源消耗，降低公司经营发展对环境造成的影响。同时，我们时刻关注社会热点与实际需求，响应国家教育发展、乡村振兴战略部署，持续投身于社会公益事业。

笃志前行，虽远必达。十多年来，我们深耕化妆品电商零售发展事业，致力于将更多优质的品牌与产品带给中国消费者，未来，我们也将继续与各位携手，应对社会挑战，紧抓发展机遇，共享企业发展价值，拥抱可持续未来。

——丽人丽妆董事长、总经理 黄韬

## 专题：环保包装，缔造可持续美丽

随着电子商务及现代物流的飞速发展，过度包装与不可降解包装材料给环境带来沉重负担。丽人丽妆立足本业，与品牌伙伴携手，共同探究环境友好型包装材料在化妆品行业的应用情景，从“产品”与“快递”两大端口入手，全方位增强包装材料的绿色属性，助力循环经济发展，为美丽赋予可持续价值。



图注：丽人丽妆环保包装行动

在产品端，我们将商品包装分为主包材与花盒两大类。针对主包材，我们不断增加“替换装”在产品中的应用，采用内胆可拆卸替换的容器，外壳可多次重复使用。消费者使用完产品后，可自行更换新内胆，在不影响消费体验的同时减少塑料废弃物的产生。针对花盒，我们采用FSC认证<sup>1</sup>纸张，坚持不覆膜，避免过度包装，并选用环保水性油墨印刷，废弃后可直接回收，提高包材的回收利用率。



图注：爱贝萌儿童纯真保湿修护面霜（气垫版）采取替换装形式，减少废弃物产生

<sup>1</sup> FSC（Forest Stewardship Council）森林认证，又叫木材认证，目标是通过制定世界范围内广泛认可的标准和相关的森林管理原则，以促进对环境负责、对社会有益和在经济上可行的全球森林经营活动。购买带有 FSC 认证标志的木制产品，可以避免买到来源于濒危树种或非法砍伐的产品，向消费者保证了产品来自于能满足当代和后代社会、经济、生态需求的森林，也是对绿色和平的支持。

### 【案例】使用替芯与环保包材，减少资源浪费

公司将环保理念融入美壹堂复活草保湿滋润修护霜产品设计开发中。在主包材方面，我们设计可替换式修护霜内芯，消费者可单独购买与主品容量相同、价格更低的替换装，自行组装入外瓶中，既减少了包装材料的浪费，又不影响消费体验，为环保事业献出一份力量。



我们对于环保的承诺贯彻在每一个细节中。在花盒设计上，我们选用带有 FSC Recycled 标签的环保纸。这种纸张含 40% 的用后再生纤维（Post-Consumer Waste）回收浆，无氯漂染、无酸抄造，并采用环保水性油墨，便于回收再造和降解。同时，我们淘汰了花盒收缩膜的设计，减少包装层数，从而降低了塑料废弃物的产生，为环境保护出一份力。

美壹堂秉持环境友好精神，包装使用环保再生纸，减少木材使用量。

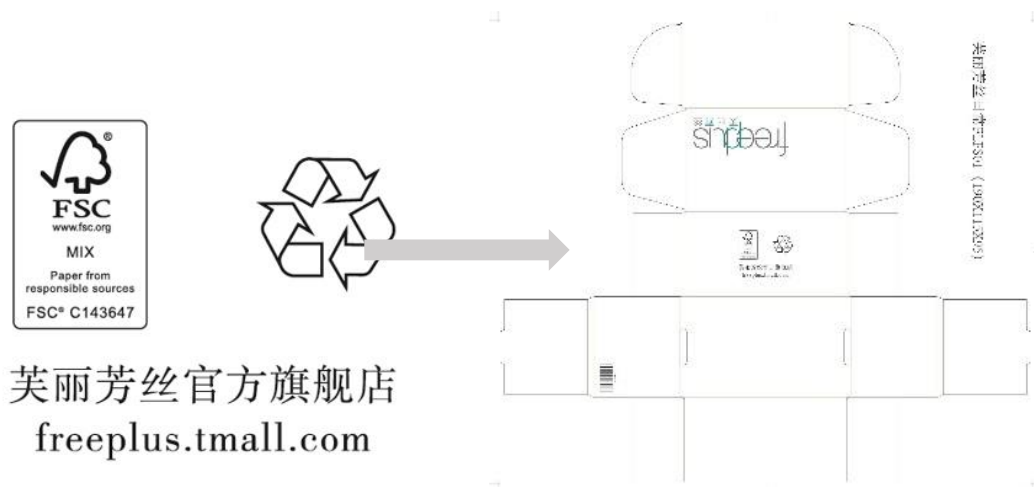




为了进一步贯彻环保理念，在快递端我们与供应商共同探索包装的轻量化环保方案，增加FSC认证纸张与易撕拉链箱（该类纸箱在封箱时无需额外胶带）的使用，并采用无覆膜、带有环保水印的纸箱，便于纸箱直接回收与再次利用。这一系列环保措施不仅符合公司的环保政策，也能让消费者在购物过程中感受环保理念，减少资源浪费，共同保护我们的地球家园。



图注：美壹堂的快递盒采用牛皮纸瓦楞无覆膜的易撕拉链箱，材料单一且无需额外使用胶带封箱，更环保、易回收



图注：美丽芳丝采用无覆膜、带有环保水印的快递纸箱，且纸箱材料为FSC Mix认证的环保纸

### 【案例】携手供应商，共同探索包装去塑方案

2022年，我们积极探索包装去塑方案，与一家供应商共同研发了环保包装解决方案。我们发现特种牛皮纸可以替代塑料气泡枕、葫芦垫等无法降解的耗材，在不影响商品安全运输的前提下保护环境。我们也非常注重生产效率和场地空间的利用，工厂操作设备可以自动填充牛皮纸，提高了包装效率，同时也节约了场地空间。这一环保包装方案的推广应用，为我们的环保事业迈出了坚实的一步。

### 【案例】与品牌客户共同设计包装，传递绿色消费理念

在我们与品牌伙伴的合作中，我们致力于通过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消费者。举例来说，在与品牌客户康如的合作中，我们融入了环保理念，采取了多项环保措施，包括：

- 采用“撕拉式纸箱”替代传统纸箱，这种新型纸箱自带拉链式开口，避免传统胶带的回收处理和不可降解的环境问题；
- 根据消费者的购买习惯，定制多种大小的产品包装，精确定义产品在包装中的固定位置和必须空间，从源头上减少填充物的使用；
- 摒弃纸质说明书：我们将原内容以扫描包装二维码获取电子说明书的形式呈现给每一位消费者；
- 采用带有 FSC Mix 标签的环保纸作为包裹卡，减少纸张使用，并使用环保油墨印刷，以减少对环境的污染。

这些可持续的包装设计不仅有效地减少了资源浪费，也向消费者传递了绿色消费理念，共同推动可持续发展的进程。

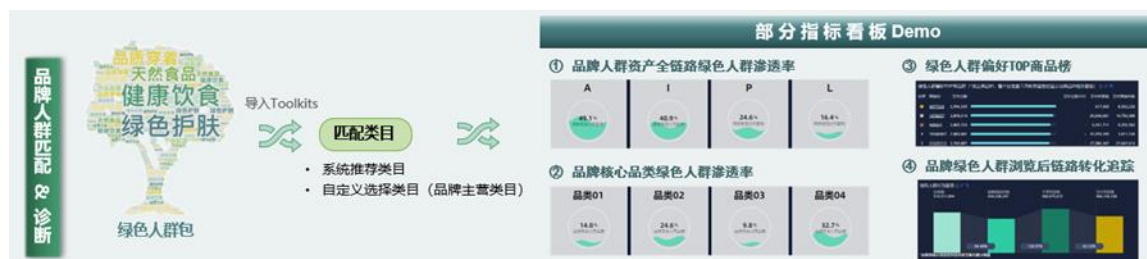


环保包装材料数据			
材料类型	单位	使用量	环保贡献
替换装概念产品	件	50,000	2021-2022 年间，公司每少生产外容器 20,000 件，可减少塑料包材废弃物约 1.5 吨。
FSC 纸张制作的花盒（无覆膜）	件	130,000	2021-2022 年间，公司使用 FSC 纸张制作的花盒（无覆膜）合计 2.3 吨，均产自 FSC 认证纸张及供应商，使用后均可直接回收。
FSC 纸张制作的纸箱（无覆膜）	件	2,446,500	2022 年 10 月-12 月，公司使用 FSC 纸张制作的纸箱（无覆膜）合计 666.2 吨，均产自 FSC 认证纸张及供应商，使用后均可直接回收。
环保水印纸箱（无覆膜）	件	20,808,472	2019 年 5 月-2022 年 12 月，公司使用的环保水印纸箱（无覆膜）合计 4,617.1 吨，使用后均可直接回收。

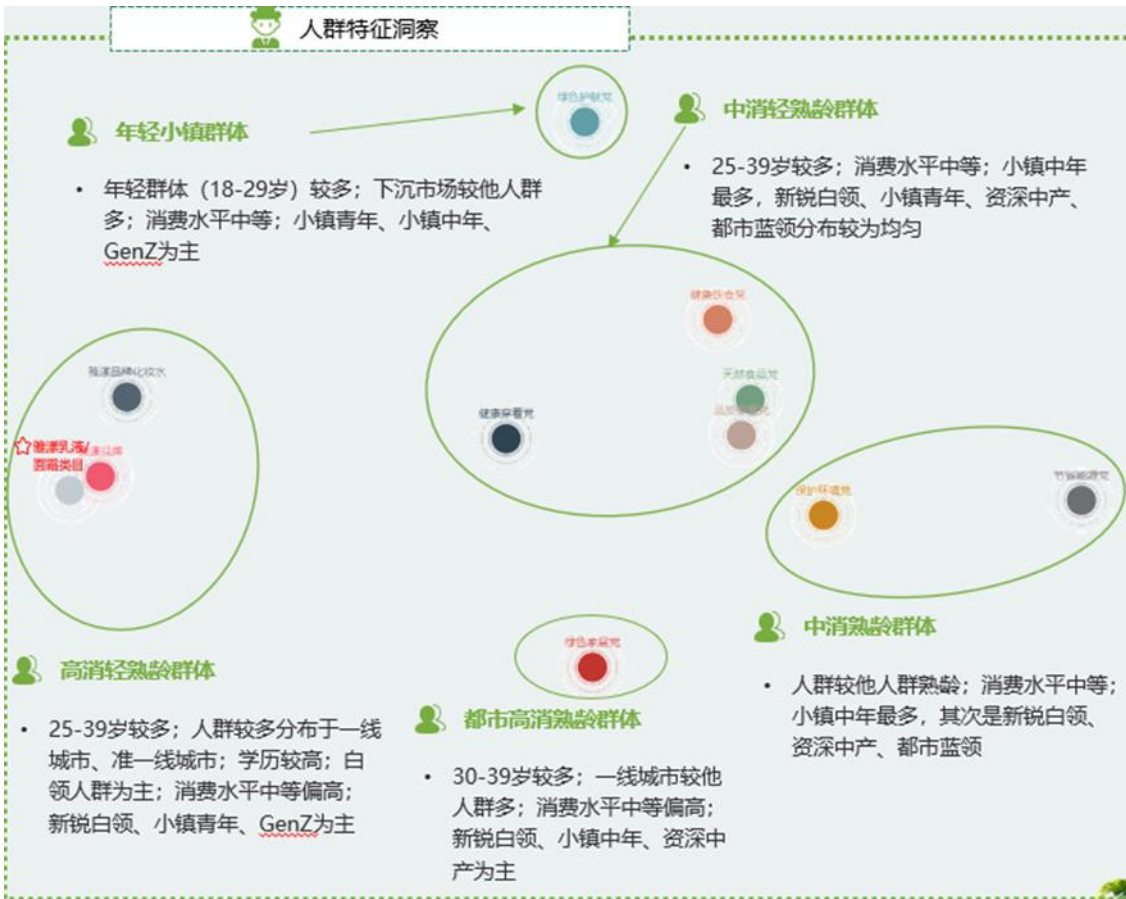
通过以上措施，丽人丽妆在化妆品行业中推广了环保友好型包装材料的应用，并为循环经济的发展做出了积极贡献。我们将继续与品牌伙伴紧密合作，致力于推动包装材料的可持续发展，为创造美丽的世界做出更多贡献。

## 专题：数字赋能，助力消费绿色转型

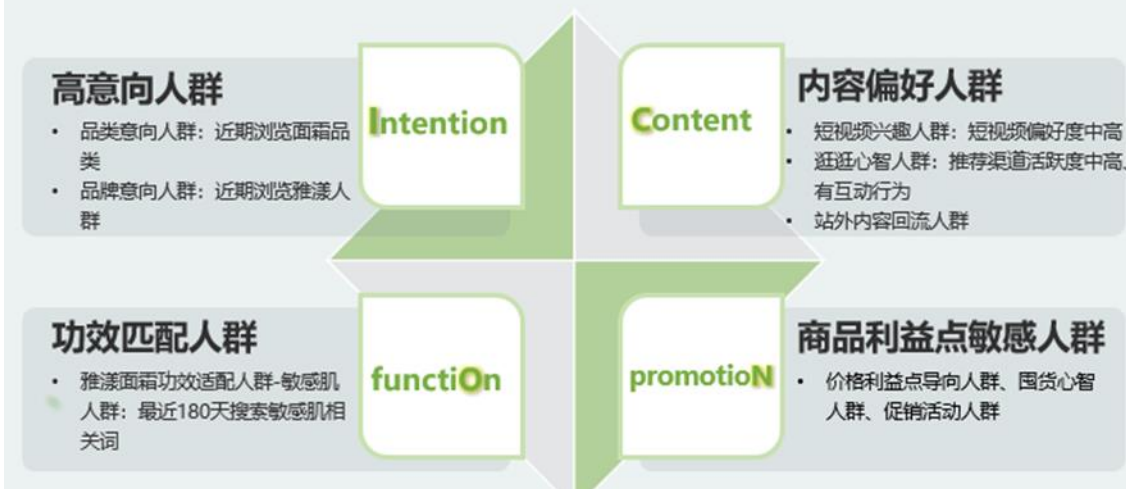
随着我国“双碳”战略发布及《促进绿色消费实施方案》等鼓励性政策相继出台，社会对绿色消费的理解不断加深，消费者环保意识日益增强，可持续发展的理念逐渐深入人心。为把握国家绿色消费风口，丽人丽妆与阿里生态实验室合作开展“绿色消费人群”洞察研究项目，借助公司强大的数据分析能力建立绿色人群模型，提升品牌贡献价值，助力消费绿色转型。



我们对宏观消费数据进行分析，从“吃、穿、行、用、住”五大方面切入，筛选具有绿色消费行为的消费者，从而锚定绿色人群，再将已锚定的绿色人群根据消费偏好进行组别切分，分为“绿色家居党”“健康穿着党”“绿色护肤党”“天然食品党”等8大组别人群，进而定位各人群社会特征，如“年轻小镇群体”“都市高消熟龄群体”等，以此得出不同社会群体与各类绿色消费偏好的对应关系，形成一张“人群投放切片器-ICON模型”工具卡，展示不同人群对品牌不同指标形成的不同贡献。



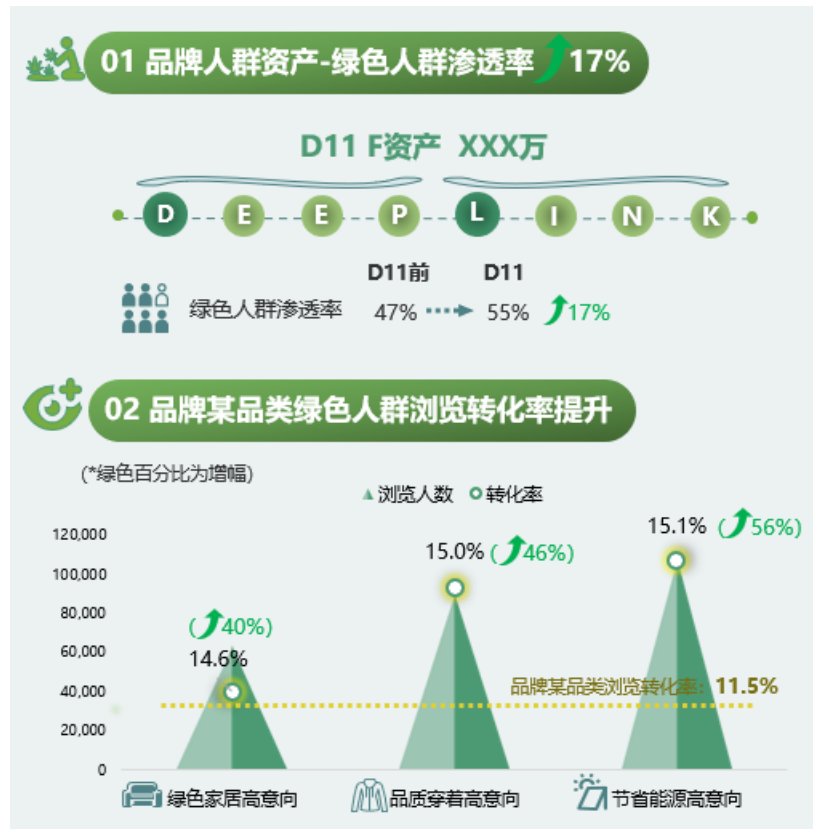
## 01 人群投放切片器-ICON模型



“人群投放切片器-ICON模型”工具卡将绿色人群精准定位为四大指标贡献群体，分别为高意向人群（Intention）、内容偏好人群（Content）、功效匹配人群（Function）和商品利益点敏感人群（Promotion）。品牌方在通过天猫授权后，可使用该工具卡进行测试，对靶向绿色消费人群进行切分与追踪，形成对品牌自身绿色消费群体的诊断，从而助力品牌

伙伴高效精准营销。

此次研究致力于赋能各品牌对于绿色人群的理解，为品牌的实际运营提供可追踪的指标体系，引领更多品牌伙伴加入环境友好行动，实现环境价值与商业价值的双赢。

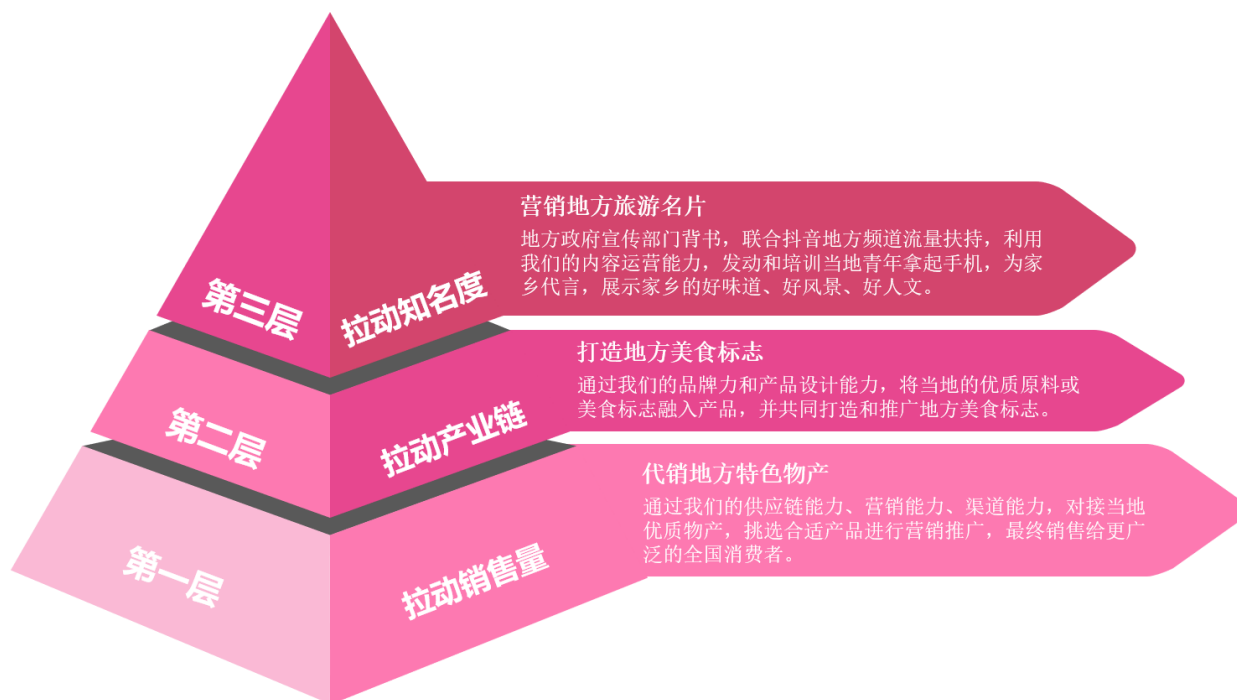


## 专题：寻味华夏，叩启乡村振兴之路

丽人丽妆致力于寻求商业价值与公益价值的平衡，期望通过商业能量扩大公益行动规模，同时通过大规模的公益行动，反哺公司商业价值提升，形成良性发展循环。

随着国家“乡村振兴”战略的推出，我们找到了一个全新的公益方向：将公司的渠道资源和人才资源赋能至各大乡村，挖掘当地的美食和风土人情，创新性地打造地域特色品牌——《寻味档案》。通过以美食为媒介，将乡村地区的供给与高消费地区的需求相匹配，带动地方产业链，提高地方人文知名度，从而促进地方经济发展。

《寻味档案》品牌的建立基于当代社会背景下的两大消费诉求。首先，随着消费水平不断提高，消费者对于“吃”的追求越来越注重新鲜感。其次，消费者愈发重视精神体验，对于“景”也有了更强烈的兴趣。因此，我们在“寻味”的基础上延展出人文洞察，在短视频平台上发布“寻味故事”，与各地的视频达人合作，展示当地特色风土人情，满足消费者双重需求。



图注：《寻味档案》乡村振兴金字塔

通过美食与故事的牵引，我们在地方布局采购网络，最大限度地使用当地原料和生产力，挑选出合适的产品开展新品研发与营销推广，打造地方美食标志，同时结合线上“寻味故事”等内容运营，展示家乡的好味道、好风景、好人文，从而构筑起三大层级乡村振兴金字塔。这一模式的内在逻辑在于，通过公司前期的宣传投入与食材采购，拉动当地美食产业链发展，打造地方旅游名片，从而打响各大乡村知名度，形成良性发展循环。



图注：《寻味档案》品牌节目

截至2022年12月31日，《寻味档案》已走过云南、甘肃两大省份，推出了“云南过桥米线”与“飘飘菌子锅”两大品牌产品，未来我们将继续踏遍华夏大地，寻找地域美味，呈现人文风貌，助力乡村振兴。



## 1. 关于丽人丽妆

### 1.1. 公司简介

上海丽人丽妆化妆品股份有限公司创立于 2010 年，总部位于上海，并于 2020 年 9 月成功在上海证券交易所主板上市。作为中国著名的线上化妆品营销零售服务商，丽人丽妆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经销业务。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 Whoo 后、芙丽芳丝、雪花秀、雅漾、施华蔻、奥伦纳素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。

#### 公司核心价值观

##### 承诺

###### 只卖授权正品

公司已与Whoo 后、芙丽芳丝、雪花秀、雅漾、施华蔻、奥伦纳素等 60 多家知名品牌达成合作，运营品牌天猫官方旗舰店。公司始终践行“只卖授权正品”的承诺，努力为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

公司在推动自身消费增长的同时，从营销策划、宣传设计、技术支持等各个领域助力品牌方发展，极大地推动了各品牌的影响力。此双赢合作的运营机制为公司飞速发展奠定了良好基础，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，维护与客户的良性合作机制，并积极主动寻求多元化合作机会。

## 1.2. 业务布局

公司致力于为品牌提供一整套价值链服务，旨在提升品牌综合影响力，并保障产品 100% 官方直供，令每一份美丽增添百分百安心。



### 电商零售业务

公司的核心业务是电商零售，主要与化妆品等产品的品牌方签订销售协议，并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，通过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

公司以高效的品牌营销服务和专业的电商零售业务为核心，为品牌方提供定制化的全链路或部分环节的网络零售服务。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。

### 化妆品分销业务



化妆品分销业务是公司化妆品电商零售业务的重要补充。公司从品牌方获得分销业务授权，面向天猫和淘宝的店铺卖家分销化妆品产品。这种业务模式为品牌方提供了一种更加灵活和低风险的产品销售方式，同时也使得公司能够更好地服务消费者，满足他们的多样化需求。公司的化妆品分销业务还可为消费者提供更多的购买途径和更加优惠的价格，进一步提升了公司的市场竞争力。




### 1.3. 股东回报

公司非常重视保障股东的各项合法权益，并以平等的态度对待每一位股东。公司积极回报投资者，以负责任的方式开展营销，并以可持续发展的方式推动企业持续增长。

### 1.4. 企业荣誉

颁奖机构	奖项	
上海市松江区民营经济协会	2020-2021 松江区先进民营企业	 <p>上海丽人丽妆化妆品股份有限公司 评为松江区先进民营企业 2020-2021 上海市松江区民营经济协会 2022年11月</p>
上海市电子商务行业协会	2021 年度品牌电商优秀企业	 <p>品牌电商优秀企业 (2021年度) 上海丽人丽妆化妆品股份有限公司 上海市电子商务行业协会 2022年7月</p>
上海市企业联合会 上海市企业家协会 解放日报社	2022 上海民营企业 100 强	 <p>2022上海民营企业100强 (第7名) 上海丽人丽妆化妆品股份有限公司 上海市企业联合会 上海市企业家协会 解放日报社 2022年8月</p>
上海市企业联合会 上海市企业家协会 解放日报社	2022 上海新兴产业企业 100 强	 <p>2022上海新兴产业企业100强 (第50名) 上海丽人丽妆化妆品股份有限公司 上海市企业联合会 上海市企业家协会 解放日报社 2022年8月</p>
上海市企业联合会 上海市企业家协会 上海市经济团体联合会 解放日报社	2022 上海服务业企业 100 强	 <p>2022上海服务业企业100强 (第79名) 上海丽人丽妆化妆品股份有限公司 上海市企业联合会 上海市企业家协会 上海市经济团体联合会 解放日报社 2022年8月</p>
上海市企业联合会 上海市企业家协会 解放日报社	2022 上海民营服务企业 100 强	 <p>2022上海民营服务企业100强 (第88名) 上海丽人丽妆化妆品股份有限公司 上海市企业联合会 上海市企业家协会 解放日报社 2022年8月</p>

颁奖机构	奖项	
松江在线新经济电商产业联盟	松江在线新经济电商产业联盟副理事长单位	
每日经济新闻	2022 中国上市公司口碑榜-最具社会责任上市公司	
上海报业集团   界面新闻	2022 新颜榜年度品牌管理服务商	
财联社	2022 财联社十大最佳公司治理年度企业	
海豚社	2021 新茅中国新国货品牌最佳代运营服务商	
钛媒体	“金梧桐”最佳投资者关系管理上市公司	
浙江天猫网络有限公司 (天猫)	2022 上半年天猫六星级服务商	

颁奖机构	奖项	
浙江天猫网络有限公司 (天猫)	2022 上半年天猫数字化 品牌力先锋生态榜	
抖音电商服务商团队	2022 年品牌服务商	
杭州阿里妈妈软件服务有 限公司 (阿里妈妈)	2022 阿里妈妈全链路效 果超级营销伙伴	
杭州阿里妈妈软件服务有 限公司 (阿里妈妈)	2022 阿里妈妈全域六星 合作伙伴	
杭州阿里妈妈软件服务有 限公司 (阿里妈妈)	2022 阿里妈妈 m awards	
杭州阿里妈妈软件服务有 限公司 (阿里妈妈)	m awards 年度内容经营 奖	

颁奖机构	奖项	
杭州阿里妈妈软件服务有限公司（阿里妈妈）	m awards 年度最佳货品经营力奖	
杭州阿里妈妈软件服务有限公司（阿里妈妈）	m awards 年度最佳人群经营力奖	
杭州阿里妈妈软件服务有限公司（阿里妈妈）	m awards 年度全域数智经营力奖	

## 2. ESG 管理

丽人丽妆一直秉承可持续发展行动理念，致力于通过长期承诺和日常行动，推动人才发展、保护消费者权益、构建绿色和谐社区。我们与各大利益相关方携手，在ESG各个领域积极履行企业公民责任，不断扩大社会影响力，缔造可持续美丽，赋能包容性未来。

ESG 板块	ESG 理念及愿景
员工关爱	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>打造平等职场：</b>坚持合规雇佣，致力于打造平等、多元化职场，把尊重员工的思想全面融入企业制度。</li> <li>● <b>赋能员工发展：</b>健全公司职业发展体系，优化人才资源配置，提供多元化培训内容，促进员工成长。</li> <li>● <b>打造温馨职场：</b>不断增进员工福祉，重视员工身心健康，关怀女性员工、困难员工，提升员工在岗幸福感。</li> </ul>
合作共赢	<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>坚持负责任营销：</b>在保障营销合规的基础上坚持正向价值引导，向消费者传递美丽、健康及自信的价值观。</li> <li>● <b>优化消费体验：</b>通过全链路品质管控、消费者权益保护与服务水平提升，为消费者带来“只要美丽，不要担心”的高质量消费体验。</li> <li>● <b>打造优质供应链：</b>加强供应商管理，提高对于供应商的 ESG 要求，降低供应链上的环境与社会风险。</li> </ul>
回馈社会	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>贡献社区发展：</b>时刻关注社区需求，支持教育事业发展，共同建设美好社区。</li> <li>● <b>助力乡村振兴：</b>积极响应国家“乡村振兴”的战略号召，利用公司资源优势，赋能乡村发展。</li> </ul>
低碳环保	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>打造绿色价值链：</b>致力于全面提升价值链资源与能源的使用效率，在运营过程中践行绿色发展理念，并通过公司行动引导绿色消费。</li> </ul>
诚而有责	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>完善合规治理：</b>完善公司治理体系，提高信息披露水平，维护股东权益，推动公司高质量发展。</li> <li>● <b>践行商业道德：</b>坚持“诚实守信、职业道德、遵纪守法”三大原则，全面贯彻全员廉洁守规理念。</li> <li>● <b>保障信息安全：</b>严格遵守信息安全及数据保护法律法规，强化全员信息安全意识，提高公司信息安全管理水平。</li> <li>● <b>保护知识产权：</b>完善知识产权管理机制，降低知识产权相关风险，保护公司自有知识产权，并避免侵犯他人知识产权。</li> </ul>

## 2.1. 利益相关方沟通

公司秉持开放、透明、负责任的沟通原则，建立起与利益相关方之间多样化、稳定的沟通渠道。公司秉持可持续发展的理念，持续完善 ESG 管理工作，并定期披露 ESG 报告，积极回应投资者、股东、消费者等各利益相关方对公司信息透明度和可持续发展的关切与期望，促进企业高质量、可持续发展，推动企业与社会共同进步。

利益相关方	主要关注议题	主要沟通渠道
消费者	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 消费者权益保障</li> <li>• 消费者满意度</li> <li>• 产品质量与安全</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 客服热线</li> <li>• 社交媒体</li> <li>• 公司邮箱</li> <li>• 消费者调研</li> </ul>
员工	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 员工权益保障</li> <li>• 员工身心健康</li> <li>• 员工职业发展和培训</li> <li>• 工作与生活平衡</li> <li>• 多元、包容和平等的企业文化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 全员邮件</li> <li>• 员工论坛</li> <li>• 职工代表大会</li> <li>• 员工培训</li> <li>• 员工满意度调研</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>• 股东大会</li> <li>• 年报、财务报表和公告</li> <li>• 上证 e 互动</li> <li>• 股东热线</li> <li>• 官方网站</li> <li>• 路演及投资者峰会</li> </ul>
供应商	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 阳光采购</li> <li>• 合作共赢</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 走访与验厂</li> <li>• 监督审计</li> <li>• 日常沟通交流</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> <li>• 推动行业发展</li> <li>• 产品质量与安全</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 日常汇报沟通</li> <li>• 答复监管机构相关问询</li> <li>• 接受实地调研考察</li> </ul>
品牌客户	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 合规运营</li> <li>• 品牌力提升</li> <li>• 消费者满意度</li> <li>• 诚信经营</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 线上线下会议</li> <li>• 公司拜访</li> <li>• 合作协议沟通与签署</li> </ul>



利益相关方	主要关注议题	主要沟通渠道
同行伙伴	<ul style="list-style-type: none"> <li>行业参与</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>行业论坛</li> </ul>
媒体及公众	<ul style="list-style-type: none"> <li>监督企业运营</li> <li>信息披露透明</li> <li>社会公益</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>官方网站</li> <li>媒体采访</li> <li>新闻发布会和新闻稿</li> <li>组织和参与慈善公益活动</li> </ul>

## 2.2. 实质性调研评估

2022年，公司开展实质性议题调查评估工作，通过利益相关方调研访谈、在线调查问卷的方式，了解内外部利益相关方对ESG议题的关注度，并将评估结果作为开展ESG管理及编制ESG报告的重要参考，具体过程如下：

### 步骤1 议题识别

我们通过研究宏观政策、社会热点和行业动态，对标国内外ESG报告标准要求，并结合公司业务实际，识别建立ESG议题库。

### 步骤2 调研评估

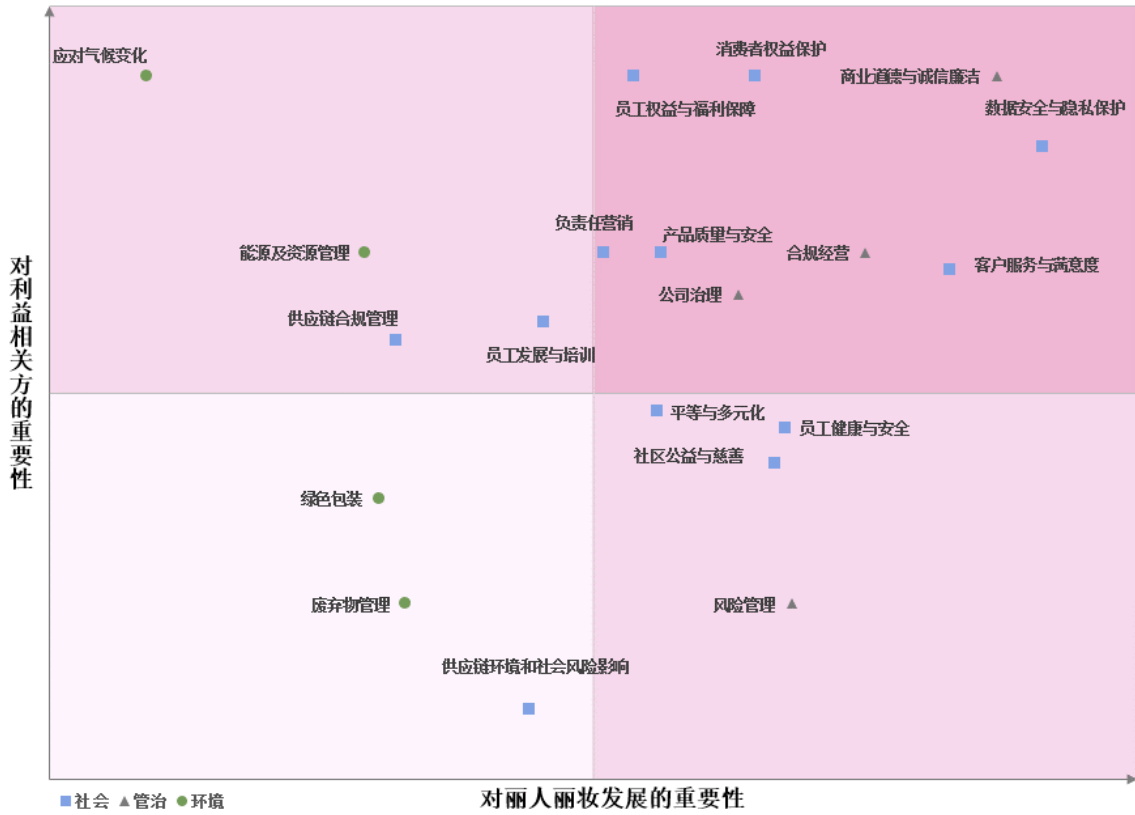
面向员工、客户、供应商等利益相关方开展调研访谈或发放在线问卷调查，了解他们对ESG议题的关注。

### 步骤3 重要性分析

我们对调查问卷结果进行分析，从“对丽人丽妆发展的重要程度”和“对利益相关方的重要程度”两个维度对各议题进行评估，建立实质性评估矩阵。

### 步骤4 结果验证

董事会与高级管理层对实质性调查评估结果进行验证与确认，识别出9项对于公司极度重要的议题，分别为商业道德与诚信廉洁、数据安全与隐私保护、消费者权益保护、员工权益与福利保障、客户服务与满意度、合规经营、产品质量与安全、公司治理以及负责任营销。我们将在报告对应章节中针对重点议题展开针对性响应，以期满足各利益相关方的关注。



图注：丽人丽妆实质性议题矩阵

## 3. 员工关爱

丽人丽妆将员工珍视为公司发展的核心竞争力，充分保障员工享有合法权益，不断完善员工培养体系，积极增进员工福祉，关爱员工身心健康，把尊重员工的理念全面融入企业制度，打造幸福职场。

### 3.1. 坚持合规雇佣

公司一直致力于构建平等、多元化的工作环境，重视员工权益保障，不断完善员工培训与发展体系，积极提高员工福利和身心健康水平。我们严格遵守《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，制定了囊括合同管理、薪资支付、入离职管理等内容的《人力资源政策与程序》系列规章制度，包括合同管理、薪资支付、入离职管理等内容，禁止雇佣童工和强迫劳动，重视男女同工同酬，并确保员工不受到任何形式的歧视和差别待遇。

作为社会责任的一部分，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，并建造直梯等无障碍设施，方便其日常出行。截至 2022 年 12 月 31 日，公司共有员工 1,043 人，劳动合同签订比例 100%，缴纳社会保险比例 100%。

2022 年度，我们稳定开展招聘工作，灵活采用线上面试评估与线上入职办理的方式，吸引社会各界人才。2022 年，我们的招聘完成率为 98.5%，对比 2021 年招聘完成率同比增长 6%，对比 2020 年招聘完成率同比增长 8%，招聘完成率实现三年连续增长。

#### 3.1.1. 完善薪酬福利

我们一直致力于为员工提供全面的福利和关怀，制定了《人力资源政策与程序-薪资支付管理办法》，致力于构建稳定且富有市场竞争力的薪酬体系。在特殊时期，我们仍坚持保障员工薪酬完整发放，以更好地保留人才，提升员工认同感。在此基础上，我们持续完善绩效评估体系，本着客观、公开、公平、公正的原则，定期开展员工绩效考核，并结合岗位实际情况合理设置考核权重，提高绩效考核结果的公允性。同时，我们开放申诉通道，让员工可以以书面形式反映个人意见，保障员工的权益和利益。

日常福利方面，我们按照法律规定为员工缴纳五险一金，并提供交通补贴和晚餐补贴等额外福利。同时，我们注重在特殊时期为员工提供福利关怀。2022 年“双十一”大促（以下简称“大促”）期间，我们增加了班车车次、延长了末班车发车时间，方便员工出行；为感谢员工的工作付出，我们准备了营养早餐、专属小零食、休闲茶歇等福利，并邀约专业按摩师为员工缓解身体疲惫；我们还提供客房预定等温馨服务，满足员工在大促期间的住宿需求。

### 3.1.2. 加强民主沟通

我们重视公司内部沟通，畅通沟通渠道。公司搭建了员工服务热线（021-57835109），员工可实名或匿名反馈意见与建议，并向有关部门或人员反映情况。公司亦通过新入职转正面谈、离职访谈等专项访谈形式积极了解员工的问题与意见，及时解答员工困惑，解决员工工作生活中可能面临的困难。

除此之外，我们也非常注重公司文化的传播和宣贯，我们在办公处设置公告栏张贴公司制度及活动信息，并持续发行《丽行》电子版与纸质版内刊，传递公司事件、培训、文化等资讯。截至2022年12月31日，《丽行》已累计发行28期。

### 3.1.3. 设置法律援助

我们非常重视员工的法律权益，在此基础上，我们设置法律援助职能小组，为需要帮助的员工提供法律援助。职能小组由人力资源部、审计监察部与法务部各自指定一名成员组成。员工可通过专线联系邮箱（[legalaidgroup@lrlz.com](mailto:legalaidgroup@lrlz.com)）申请法律援助，经判定符合法律援助条件的申请将由职能小组上报公司CEO审批。审批通过后，职能小组将通知申请人具体的法律援助形式，并安排专业律师为其提供援助。我们希望通过这项措施，帮助员工解决法律问题，保障他们的合法权益。

## 3.2. 支持员工发展

公司不断健全公司晋升发展体系，优化员工职业发展通道，并根据各类员工的不同需求制定培训方案，提供多元化培训内容，赋能员工成长。

### 3.2.1. 畅通职业通道

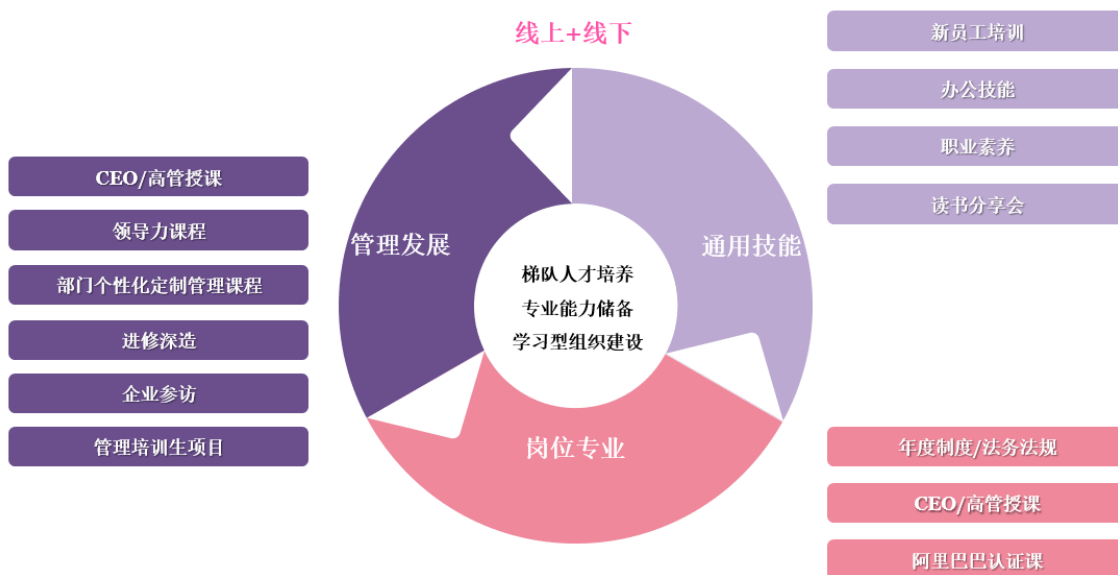
为满足员工的个人发展需求，使人才得到更有效的配置，我们充分考虑互联网企业特点，将岗位序列区分为P序列（技术岗）和 M 序列（管理岗），为员工提供双通道式职业选择。通过选择不同的发展路径，员工能更加清晰明确职业发展定位，有效进行职业规划，针对性提升专业能力。

丽人丽妆“双通道”职业发展体系	
M 序列	P 序列
部门日常管理	辅助支持
部门决策	业务专长
业务战略	业务专家
公司战略	行业专家

我们的晋升任命体系坚持以工作能力和业绩水平为评定标准，不受性别、资历和背景等因素的影响，致力于充分挖掘和发挥员工的潜能。这一理念在公司高管任命中得到了体现，截至2022年12月31日，公司高管团队中女性占比高达39%，35岁以下高管占比为34%，并且我们还有1名外籍和4名少数民族高管人员。我们致力于打造一个多元化、包容性强的工作环境，让每个人都能够在公平公正的评价体系下发挥自己的优势。

### 3.2.2. 重视发展培训

我们非常注重员工培训和发展，为此，我们不断完善培训体系，搭建“线上+线下”联动的学习平台，基于不同人才发展需求制定涵盖管理发展、岗位专业及通用技能等多元化培训方案，赋能员工成长。2022年，我们优化了管理培训生在客服轮岗阶段的培养计划及考评机制，同时在全公司范围内开展部门个性化定制管理课程，帮助部门培养和选拔重点管理人才。在课程安排上，我们新增了针对初、中级管理者的管理能力培训课程，帮助其更好地完成角色转变。



图注：丽人丽妆培训体系

我们非常注重员工的专业素养和综合素质的提升，因此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。这些举措旨在不断提升员工的专业素养和综合素质，帮助员工更好地适应市场变化，实现个人与公司共同发展。

### 【案例】增设领导力培训课程，提升管理者的团队管理能力

为帮助初、中级管理者更好地掌握团队管理能力，2022年，我们增设了《向下管理的艺术》领导力培训课程，通过管理者思维转变逻辑、情商提高策略等系统化课程，解决初、中级管理者在身份转变过程中的痛点、难点，助力各位管理者激发组织与个体活力。2022年，该课程共开展9场，共计152位员工参与培训。



## 3.3. 打造温馨职场

公司时刻关心员工需求，举办丰富的文体活动，健全安全保障措施，不断完善公司办公设施、美化办公环境，保障员工工作与生活的平衡，营造温馨的办公环境。

### 3.3.1. 全员健康保障

我们一直将员工的职业健康与安全置于公司运营发展的重要位置，始终严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国消防法》等安全相关法律法规，将职业健康与安全融入运营各方面，致力于为员工打造一个安全、舒心的工作环境。

公司重视打造安全健康的办公场所，定期开展覆盖全员的年度健康体检。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，我们积极举办消防演习与

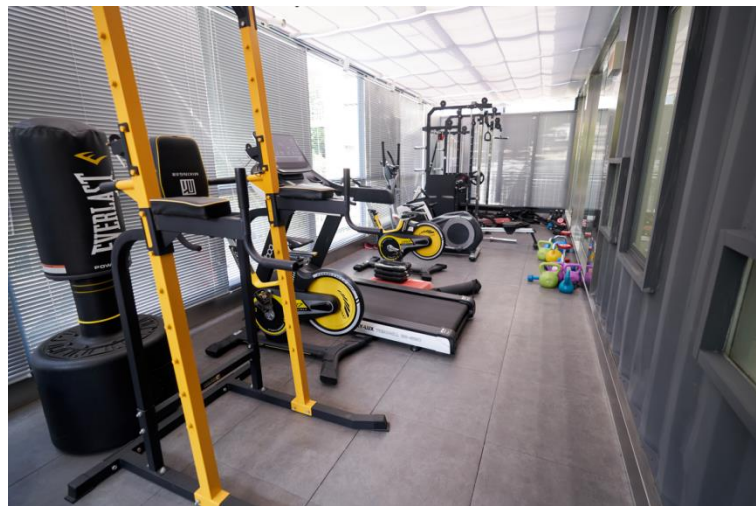
安全知识培训。在完善应急保障设施方面，除配置齐全的急救包外，我们还采购了自动体外除颤器（AED），并在公司内安排现场培训，提高员工应对突发情况的能力，降低意外风险发生的可能性。

### 【案例】开展消防演练，提高全员应急能力

2022年，我们在松江客服中心办公楼进行了一次消防安全应急疏散演练，锻炼演练工作小组的组织能力、指挥能力，并在演练过程中加强员工对消防安全常识的了解，进而提高全员应变能力。



2022年，我们新设立员工健身房，增强员工坚持锻炼身体的健康意识，提高员工身体素质。



图注：员工健身房

我们也关注员工的心理健康状况，开放EAP心理咨询服务，倾听员工在职场与生活中遇到的问题并给出专业建议，增强员工自信心，调节工作情绪。在特殊时期，我们组织了《走进内心-改变现状》等心理讲座，缓解员工焦虑，呵护员工心理健康。

### 3.3.2. 支持女性力量

我们公司的女性员工占比超过70%，是我们发展的主力军。因此，我们特别注重保障女性员工的权益，为此设立了“妈咪小屋”等女性友好设施，并广泛开展多种形式的庆祝活动，为每位女性员工带来节日的福利和关爱。同时，我们积极推进与各地妇女联合会等组织的交流和学习，持续完善公司的女性员工赋能体系，为她们提供更好的成长和发展机会。



图注：福建省三明市妇联和上海市妇联走访丽人丽妆



图注：上海市徐汇区女律师联谊会温陈静会长走访丽人丽妆





图注：“三八”国际妇女节插花活动

### 3.3.3. 特殊时期援助

在特殊时期，我们愈发深刻地认识到员工的健康与安全对公司的重要性。因此，我们成立了专门的工作小组，全面关注员工的健康状况和所处情况，并提供及时帮助。同时，我们的 HRBP 部门提供了 24 小时在线服务，为需要帮助的员工提供心理咨询服务，并积极协调资源，为困难员工提供物资支持，解决实际生活问题，使员工能够安心工作和生活。我们坚信，只有在全员齐心协力的支持下，我们才能度过特殊时期的挑战。

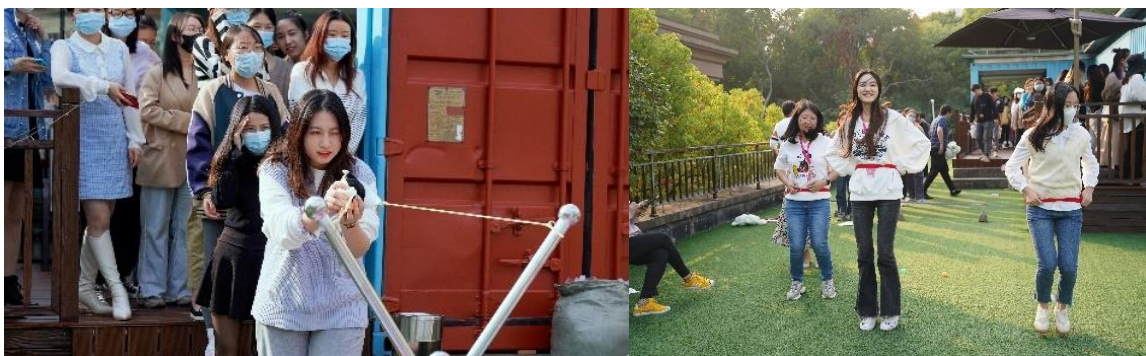
### 3.3.4. 丰富员工活动

我们一直积极组织各种形式的文体活动，为员工提供一个放松身心的平台。为了进一步推动文体活动的发展，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”，社团由员工自主运营，确保充分民主。截至2022年12月31日，“活丽社”已吸引徒步社社员133人，羽毛球社社员158人和篮球社社员42人。此外，我们还定期组织“生日会”、“双十一”游园会等活动，旨在提升团队的活力和凝聚力。这些活动不仅让员工放松身心，还促进了彼此之间的交流和理解。

我们相信，通过这些文体活动，我们的员工将更加健康、快乐和团结，也将更加热爱公司，为公司的发展做出更大的贡献。



图注：篮球社社团活动



图注：“双十一”游园会

## 4. 合作共赢

丽人丽妆秉承“成就客户、协作分享、诚而有责、合作共赢”的核心价值理念，坚守本心、开拓创新，以强大的数字化动能拓展市场规模，携手广大消费者、供应商与品牌伙伴共同探索优质互联网商业生态模式。

在丽人丽妆的经营理念中，“成就客户”是我们的首要任务。我们的团队不断提高产品质量和服务水平，不断改进用户体验，致力于让每一位顾客都感到满意和愉悦。同时，“协

作分享”是我们团队的核心价值，我们鼓励员工在工作中积极交流、相互支持，共同成长。我们还坚持“诚信有责”这一价值理念，对所有利益相关者保持诚实、透明和负责任的态度。

我们始终认为，只有通过消费者、供应商和品牌伙伴的合作，才能创造出真正优秀的互联网商业生态。因此，我们将持续投入数字化技术、开拓市场渠道、提高产品品质，为所有利益相关者创造更大的价值。我们相信，这种开放、包容、合作、共赢的商业模式，将有助于推动整个行业的发展和进步。

## 4.1. 助力品牌价值提升

我们作为品牌方的合作伙伴，一直以来致力于围绕品牌核心价值定位不断创新。我们运用数据驱动的精细化运营策略，不断提升品牌在市场上的影响力。我们同时坚持负责任营销，传递积极、正向的营销价值观，致力于带动公司与品牌伙伴共同实现可持续的价值增长。

我们明白，品牌方的成功离不开合作伙伴的支持和助力。因此，我们秉承为品牌方提供卓越服务的理念。通过深入了解品牌的核心价值和定位，我们为品牌提供全方位的营销策略和支持，以确保品牌在市场上保持领先地位。

我们注重数据的收集和分析，将其应用于精细化运营和营销策略的制定中。通过数据的精准分析和营销的不断优化，我们能够提升品牌在目标受众中的认知度和忠诚度。

我们也非常重视负责任营销的理念。我们传递积极、正向的营销价值观，让消费者深刻认识品牌的内涵和特点，增强品牌的影响力和忠诚度。我们始终坚持负责任的营销行为，不断提高营销的透明度和诚信度，让消费者更加信任和喜爱品牌。

我们相信，只有坚持不懈地与品牌方合作，不断创新和完善营销策略，才能够实现可持续的价值增长，共同开创更加美好的未来。

### 4.1.1. 优化品牌运营

随着电商行业不断成熟，各大品牌的市场竞争也日趋激烈。为更好地挖掘品牌伙伴的产品差异度与核心竞争力，我们借助数字化工具深度分析市场，赋能品牌运营策略，向消费者推出真正受欢迎的产品，从而持续提升品牌价值。

2022年，我们优化了营销推广方式，结合当下流量获取趋势和站内搜索人数带动案例进行评估，综合社媒影响力和搜索兴趣带动力，筛选优质关键意见领袖（KOL），建立高性价比的KOL矩阵。同时，我们运用小红书与抖音等平台上的竞价信息流广告与原生曝光广告，在投放过程中实时追踪素材数据，分阶段赛马筛选出最优的工具组合和热门素材，优化后续广告投放效率，扩大广告投放受众，提高总体运营收益。

### 【案例】数据赋能产品运营，精准触达靶向人群

在与品牌伙伴施华蔻合作中，我们综合站内外数据探测市场需求，从产品卖点、用户体感、产品推广三大层面切入，分析出竞品特点与消费者痛点，从而选定施华蔻的“丰盈洗发水”系列产品，布局控油蓬松赛道。我们通过小红书回流数据提升天猫运营效率，以抖音内容种草破圈，开展数据驱动的精细化运营，精准触达靶向消费者，实现人群资产同频增长。这一过程中，我们坚持负责任的营销理念，向消费者传递积极、正向的营销价值观，实现品牌与消费者的共赢。

### 【案例】全链路定向施策，强力推进精准营销

在与馥绿德雅的合作中，我们从前端分析、营销定位、人群触达、渠道渗透四大关键营销环节入手，基于市场研究开展全链路定向施策。

#### ● 前端分析-目标客群洞察

在前端分析方面，我们通过对市场趋势、用户需求和竞品分析等前端数据进行深入研究，确定了馥绿德雅的核心产品定位和市场差异化卖点，匹配出品牌的潜在人群。针对这些人群的消费习惯和偏好，我们制定了初步的营销方案，并将重点放在核心人群上，进行强曝光，以吸引他们的注意和兴趣。

通过深入了解市场和消费者，我们能够更加精准地定位品牌，提高营销的效果和效率。

#### ● 营销定位-深挖用户需求

在营销定位方面，我们与馥绿德雅的合作，为产品在同质化市场中赢得了更多的关注。基于馥绿德雅卓越的产品力优势，我们建议品牌与第三方实验室联合开展功效实证，通过调查报告提炼出了品牌独特卖点：“3个月+7,490根头发”。针对这个卖点，我们不断进行升级和迭代，充分发挥长板优势，取得了销售额同比提升52%的优异成绩。

#### ● 人群触达-多阶段沟通

在人群触达方面，我们采用多渠道策略，在确定目标客群和营销卖点后，我们制定了四阶段触达的沟通策略。

- 第一次触达突出品牌背书与背景，形成初步品牌与产品认知；
- 第二次触达侧重产品效果及实验数据报告，深化消费者印象；
- 第三次触达侧重沟通场景及痛点，精准锚定人群；

- 第四次触达主要为价格利益点及促销沟通，实现销售转化。

通过多层次多角度的深入沟通，推广素材的转化率效果从第一次的 1.02% 提升至第四次的 2.83%。

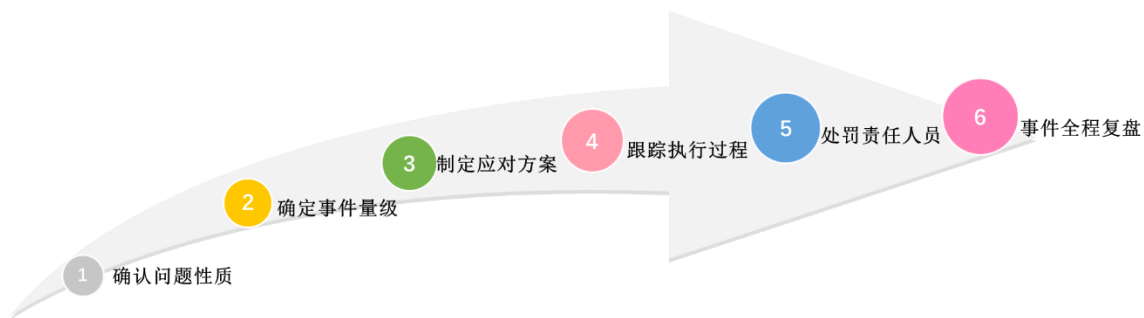
#### • 渠道渗透-公私域联动

在渠道渗透方面，为了进一步拓展品牌的客群，我们积极联合各个私域渠道，包括品牌直播间、淘宝群聊、专属客服等，以传播专业知识和产品宣传为主要内容。在站外，我们不断开展临床试验，与医学研讨会合作，通过知乎、小红书等社交平台打造专业口碑，从而实现公私域联动整合，全渠道扩大品牌专业影响力。

#### 4.1.2. 坚持负责任营销

我们严格遵守《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国电子商务法》等相关法律法规要求，始终贯彻不夸大、不作假、对消费者与产品负责的原则，制定《促销规则指引》《页面宣传用语及促销活动合规工作指导规范-v3.1》《广告宣传一页通》等制度规范，确保营销过程合法合规。

为防范营销合规风险，我们在原有的内容审核人员基础上增设了合规组成员，对广告页等营销内容开展交叉审核，确保营销内容的合规性、真实性和无误导性。在产品上架前，公司专员将对宣传页、标签页进行复核。若出现合规负面事件，我们将严格参照《天猫平台运营突发事件应急处理机制》，实行“6步处理法”，高效明确事件责任，避免未来相关风险。



图注：合规事件“6步处理法”

我们非常注重合规营销文化的宣传。为了让员工更加深入地了解相关法律法规，我们特别增设了“新政速递”板块，对公司运营实操中关联度较高的法律法规进行内容整合和总结，并通过全员邮件和钉钉推送的形式，向全体员工普及法律知识，促进营销业务的健康发展。此外，我们还通过举办多层次的培训和讲座，不断提高员工的合规营销意识：

- 为了保证公司的合规运营，我们在新员工入职培训中特别设置了涵盖广告宣传、价格管理、促销活动等内容的合规营销课程，旨在向新员工传达公司对于合规营销的重视，并

使其了解公司的合规营销标准和流程。同时，我们也定期开展新规培训、新品类培训、新业态业务培训等一系列专题培训，以应对法律法规变化与业务经营发展的不断变化，确保员工具备合规营销知识和技能，从而保证公司的营销活动合法合规。

- 为了提高员工的合规营销意识，我们积极邀请外部专家，联合政府部门和律师团队，组织专业的普法讲座。
- 我们十分重视合规营销的培训和考核，特别是在大促活动前夕，我们会特设合规专项培训并开展考试，以巩固员工的合规营销知识和技能，确保大促活动的顺利开展。

在合规基础上，我们坚持正向价值引导，在营销过程中传递美丽、健康及自信的价值观，并突出展现品牌的环保性、公益性、人文关怀性，推动经济与社会文化实现效益共赢。

#### **【案例】持续科普健康知识，主动提升负责任营销品质**

公司品牌伙伴馥绿德雅致力于用卓越的产品帮助消费者科学护发，为验证产品科学性，馥绿德雅同专业医疗机构合作，出具产品功效分析报告，并邀请 5 位背景情况不同的消费者在 90 天内持续体验品牌育发精华，定期由医生带领进行仪器检测，真实记录毛囊状态，并以视频形式公开展现，证明产品的真实、有效，对每一次消费负责。

馥绿德雅还打造《专业大咖说》IP 直播栏目，邀请教授、医师等专业大咖每日坐镇天猫直播间，开展医生小课堂进行防脱护发知识科普教育，以行业权威身份为消费者在线解答脱发难题。

为了扩大健康知识的普及范围，2022 年，馥绿德雅在全国 5 大城市 10 余家医院参与了患教义诊活动，积极向消费者科普头皮护理知识，解答护发难题，并赠送礼品以供在场人员得到真实体验，进一步传递健康正确的护发理念。

## **4.2. 打造高质量消费体验**

公司一直以来都致力于搭建一个让消费者满意的购物平台。我们通过全链路品质管控来确保产品的质量和安全，并通过消费者隐私权益保护来保护消费者的个人信息。我们还致力于提高客户服务水平，为消费者提供更好的购物体验。我们的目标是让消费者在购物过程中享受到“只要美丽，不要担心”的高质量消费体验。

### **4.2.1. 全链路品质管控**

为满足消费者对优质产品的需求，我们制定《质量安全管理制》，明确规定公司法定代表人或质量负责人对采购或销售的产品质量安全负总责。我们不断加强产品品质管控，构建了“产品选择-入库与物流管理-出库与物流保障-售后质保”的全链路质量控制体系，并结合各店铺产品破损、投诉比例，对部分破损率、投诉率偏高的产品进行防护升级，以进一步

提高产品的质量和安全性。我们的目标是为消费者提供高质量的产品和服务，让消费者购物放心、用得安心。

### • 产品选择

对于自有品牌产品，我们会对代工厂资质开展尽调审查，在合同中明确产品质量责任，并委派质控部门或委托第三方检测机构对代工厂进行验厂审计与产品复核检测，对厂方的任意项进行随机抽检，经批准后方可开展生产。如发现有不合相关法律法规或制度的情况，公司会及时通知厂方整改，情节严重将直接取消合作关系，从源头上保障自有品牌产品品质。

对于经销或代运营品牌产品，我们督促仓库端履行产品入库前的索证索票、货物验收等相关工作，在产品入库前，公司仓库将统一进行产成品形式检查和标签初审，保障产品真实、正确、有效。同时，我们也密切关注化妆品不良反应信息的收集。如发现不良反应情况，我们将及时上传公司相关系统，给予消费者和品牌最大的保护。

### • 入库与仓储管理

我们非常重视产品质量控制。为了保障消费者的权益，我们制定了严格的入库抽检制度。

产品到库时，我们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，我们将实行退货或销毁处理，严禁其流入市场。此外，我们全面修订各品牌《退货验收标准》，确保逆向入库产品品质。

产品入库后，我们会进行月度盘点抽检，设置专人专岗负责索证索票及进货查验，及时记录并报告产品库存信息及效期。发现产品效期低于系统维护的预警天数时，我们将第一时间报告处理，避免销售临期产品。我们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。

为保障产品在入库存储期间的品质，我们在仓库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。

### • 出库与物流保障

公司按照“先进先出”原则发货，并制定了产品出库检查标准，杜绝销售过期产品与不合格产品。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》，并通过采取密封保护、合理设计包装箱空隙、进行跌落测试等方式，降低物流运输过程中商品损坏的风险。这些严格的质量控制措施确保了公司产品在运输和售出过程中的高质量和完整性。

### • 售后质保

我们非常重视消费者的健康和权益，因此在产品质量方面一直保持高度关注和严格控制。我们不断完善产品召回机制，致力于避免与减少流入市场的缺陷化妆品对消费者所产生的健

康损害，维护消费者利益。一旦发现产品缺陷事故，公司业务部门将及时与质控部门、法务部门及内审部门沟通，根据召回事件类别启动对应召回方案，高效、全面完成缺陷产品召回，减少消费者损失，保护消费者权益。

#### 4.2.2. 保护消费者隐私安全

我们秉持遵守法律法规，保障消费者隐私和数据安全的原则，并且一直严格遵循《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，为此，我们制订了《隐私信息导出和传输指引》《客服外包合同-数据保护规定》等制度条款，并完善了数据应用机制，规范了数据采集、数据查看、数据使用、数据留存等行为，全面保障消费者隐私和数据安全。

我们不主动收集消费者数据，而是使用合作平台的数据功能，并实施“敏感信息保护升级”方案，将消费者敏感信息在平台端进行默认脱敏（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。在开展品类宏观数据分析时，数据均为黑盒形式，仅有逻辑与数字结果，不包含消费者具体信息。针对后台订单数据、物流数据，我们采取严格的权限管理措施，即便是开发端人员，未经授权皆无法下载后台信息，降低用户数据泄露或者被恶意修改的风险。

如因售后服务等业务需求，需访问消费者敏感信息，公司应向平台提交《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”的数据最小化原则进行申请审核。对于此类明文用户隐私信息，公司内部仅做业务处理使用，未经授权的人员皆无权查看，公司内部系统在完成业务需求后也将不再保存相关数据，确保消费者信息安全。

#### 4.2.3. 提升客户服务质效

我们非常重视客户体验，因此在 2022 年，在原有标准作业程序（SOP）基础上，我们优化了 45 条客户服务类相关的质量管理流程，新增了 3 大类相关的惩奖机制，以及及时跟进各大平台规则变化情况，更新对应制度，以规范售前、售中、售后客户服务流程，全面提升用户消费体验。

我们不断完善标准化客户服务培训体系，以科学的方式开展授课与考核。公司每年举办 2 次“客服培训讲师”资格认证，致力于培养更多高素质、高水平的客服人才。公司还设置了“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，打造让消费者满意的购物平台。

为打造全天候的服务体验，我们上线多种具备自助答疑、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。此外，我们通过“质培小蜜”“赤兔火焰”等智能化工具，监测人工客服与智能客服的服务质量，及时捕捉并促进服务行为完善。



在应对和处理客户投诉方面，我们制定了规范的客户投诉处理机制并持续精进，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。2022年1月1日至12月31日，平台的客户投诉完结率达100%，售后满意度平均为91.64%，优于行业平均水平。

为了保障特殊时期的服务质量，我们将减少物流滞后对消费者购物过程的影响列为我们的服务重点。我们先后为20个店铺开设了分仓，尽力避免特殊时期对物流的影响。即使我们无法避免某些订单的发货受阻，我们的客服人员也会根据顾客收货地址，主动留言告知具体情况，并提供解决方案。如果顾客不愿等待，我们会立即退款；如果顾客愿意等待，我们会给予加赠礼品或优惠券。此外，待物流恢复后，我们将联动物流端，优先发货滞留订单，从而安抚顾客情绪，提高顾客留存率。

### 4.3. 供应链管理

公司以互信为基础与供应商建立长久的合作关系，以公平公开为原则采购商品及服务，按时支付合同款项，绝不拖欠。为加强采购的专业化管理，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，对供应商的准入、管理及考核进行全流程规范，同时在采购过程中强化供应商的ESG要求，构建负责任供应链。

#### 4.3.1. 供应商准入与评价

我们制定严格的供应商遴选制度。针对新供应商，公司将统一开展前期调查，要求供应商填写《供应商信息表》，上报经营相关信息、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》，并接受公司年度考核，考核内容包括交期、质量和服务内容等。依据考核成绩，我们将供应商分为A、B、C、D四类，其中D类为考核不及格的供应商，将被列入《供应商黑名单》中冻结使用。

2022年，我们增加了验厂模块，根据供应商的等级分类设定不同验厂要求，由品质经理出具验厂报告，更全面地对供应商进行评估。此外，我们根据新业务，增加了自有品牌业务的采购模块，通过建立、评估、管理自有品牌供应商库，为自有品牌招标采购提供支持，提高公司自有品牌的采购质量与效率，降低采购成本。

#### 4.3.2. 保障供应链稳定性

我们致力于提升顾客的消费体验，并且深知物流的稳定性对于顾客购物体验的重要性。因此，我们在华南、华北、华中等地区为16个品牌设立了分仓，以提高发货效率和降低物流受阻的风险。此外，我们采用上门提货形式，解决了品牌仓至公司仓送货途中运输资源不足的问题。在“双十一”期间，我们还在重点城市采取了快递直发的方式，订单出仓后直接发往目的地城市，大幅提升了物流时效。

截至2022年12月31日，我们已经实现了通达系快递、顺丰、EMS等多家快递的全面覆盖，最大程度地保障了上海市的订单能够准时完成配送。我们将继续努力提升物流效率，为顾客

提供更优质、更高效的服务。

#### **4.3.3. 供应链环境和社会风险管理**

我们非常重视供应商的ESG表现，并已将其纳入我们的采购与审核评价标准中。我们认为环保和社会责任是供应商评估的重要因素，并将这些认证作为加分项来筛选出优质的供应商进行深度合作，共同打造可持续供应链。

此外，我们也关注供应商的商业道德表现，通过签署《廉洁守规协议》来确保合作的诚信和规范性。对于采购部门等关键岗位，我们实施岗位轮换制度，并定期进行监督审计，以确保合规性。

在绿色供应链的构建上，我们鼓励供应商不断提高环境管理能力，与获得ISO 14001、GB/T 24001环境管理体系认证以及FSC认证的供应商加强合作。到2022年，我们已经与5家通过FSC认证的供应商合作，占有所有包材供应商的33.3%，与12家通过ISO相关体系认证的供应商合作，占有所有包材供应商的80%。我们将继续致力于推动可持续供应链的建设，为保护环境和社会责任尽我们所能。

## 5. 回馈社会

丽人丽妆以社会责任为己任，不断积极响应社会需求，致力于推进可持续发展。我们关注贫困地区的发展，助力乡村振兴，利用自身资源优势，通过资金和物资的捐赠，为当地群众带来实际帮助。

我们与腾讯公益、美丽中国、火柴公益等知名慈善组织紧密合作，以创新的方式开展公益活动，通过线上直播等渠道，向广大公众传递爱心和正能量。2022年，我们的捐赠总额超过142万元，资助了各类慈善项目。我们将持续关注社会需求，积极履行企业公民责任，为推进社会进步和发展贡献力量。

### 5.1. 保障社区安全

2022年是一个充满挑战的年份，但是丽人丽妆积极应对各类冲击，为社区做出了积极的贡献。丽人丽妆调动各方资源，采取了专车专送的形式，向社区一线送去了口罩、防护服等物资，并向上海多所高校、医院等送上生活用品。这些实际行动为社区安全管理工作做出了重要的贡献，体现了企业的社会责任感和担当精神。



图注：丽人丽妆向徐家汇街道、漕河泾街道捐赠共计 35,000 枚口罩、200 套防护服，于 2022 年 3 月 31 日下午专人专车送往并完成交付



图注：丽人丽妆向上海外国语大学教育发展基金会捐赠了一批洗护产品，为封闭在校的上外师生们送上温暖

### 【案例】高效协调资源，减轻交大管理压力

特殊时期，上海交通大学存在管理与防控压力。为了协助学校应对这一困难，我们迅速响应，调动了财务、审计、物流、行政等多个部门的资源，紧急调拨了 2,400 余件总价值达 16 万元的沐浴露、洗面奶、洗发水、牙膏等生活必需品，并派遣专车将这些物资送往学校。我们希望通过公司的实际行动，为上海交通大学防控与管理工作的减轻压力。



### 【案例】献力一线医护人员，共同守“沪”平安

2022年4月，在上海特殊时期，医护人员由于长时间身穿隔离服，贴身衣物容易被汗水透湿，面临衣物储备不足的情况。为了给一线奋斗的医护人员创造更舒适的工作体验，我们调拨了54箱、共计3,500件全棉易清洗的T恤，供医院参与相关工作的一线医护人员使用，为守护上海平安献上绵薄之力。



## 5.2. 支持教育发展

公司始终关注教育事业的发展，并且将企业资源与教育资源有机地结合，为广大学子提供实践平台和物质支持。在2022年，我们与著名高等学府复旦大学、华东政法大学达成了战略合作，这次合作为广大莘莘学子提供了更多的机会和支持，助力他们实现自己的梦想，同时也为我国人才的发展贡献了一份力量。

### 【案例】助推高校本硕博培养，促进校企人才共赢发展

2022年9月，我们与复旦大学管理学院达成了战略合作协议，旨在人才培养、招聘实习、课题研究、案例合作及奖学助学等多个领域展开持久而深入的合作。在签约仪式上，我们向复旦大学管理学院学生成长基金捐赠了150万元人民币，以支持复旦管院本硕博学生的培养。我们坚信，此次合作将会为培养更多优秀人才做出积极贡献，为推动我国经济社会发展发挥应有作用。



### 【案例】推进长期战略合作，支持教育事业发展

2022年12月，我们与华东政法大学达成战略合作协议，致力于在人才培养、课题研究、实践基地建设等多个领域开展深入的合作，共同推动教育事业发展。作为对华东政法大学教育事业的支持，我们向华东政法大学教育发展基金会捐赠了人民币100万元，旨在为中国法治宣传与教育事业发展献上一份力量。我们深信，通过企业资源与教育资源的相结合，我们可以帮助更多的学生实现自我价值，为我国人才发展做出积极贡献。



### 5.3. 奉献乡村振兴

公司积极响应国家号召，致力于推进乡村振兴战略，通过充分发挥自身经营特征与资源优势，为乡村发展注入智慧和力量。我们制定了因村制宜的帮扶计划，通过物资捐赠等方式帮助提升农村困难家庭的生活质量，持续传递社会关怀，并持续关注乡村发展，为推进乡村振兴贡献我们的一份力量。

#### 【案例】捐赠结对帮扶村，携手推进乡村振兴

2022年11月，我们在云南省石屏县异龙镇举行了“携手兴乡村”结对帮扶大水村捐赠仪式，为大水村捐赠了总价值达10.5万元的衣服和鞋子。这是我们为了响应国家乡村振兴战略，结合自身优势资源，以实际行动支持贫困地区的帮扶行动之一。我们希望通过此次物质捐赠行动，给大水村的村民们带来温暖和关怀，传递我们的社会责任与爱心。未来，我们将继续围绕产业、商贸、系列帮扶等多种形式，结合大水村的实际情况，开展有针对性的帮扶行动，以促进大水村的振兴发展，加速脱贫致富的步伐，为大水村村民追求更加幸福美好的生活添砖加瓦。







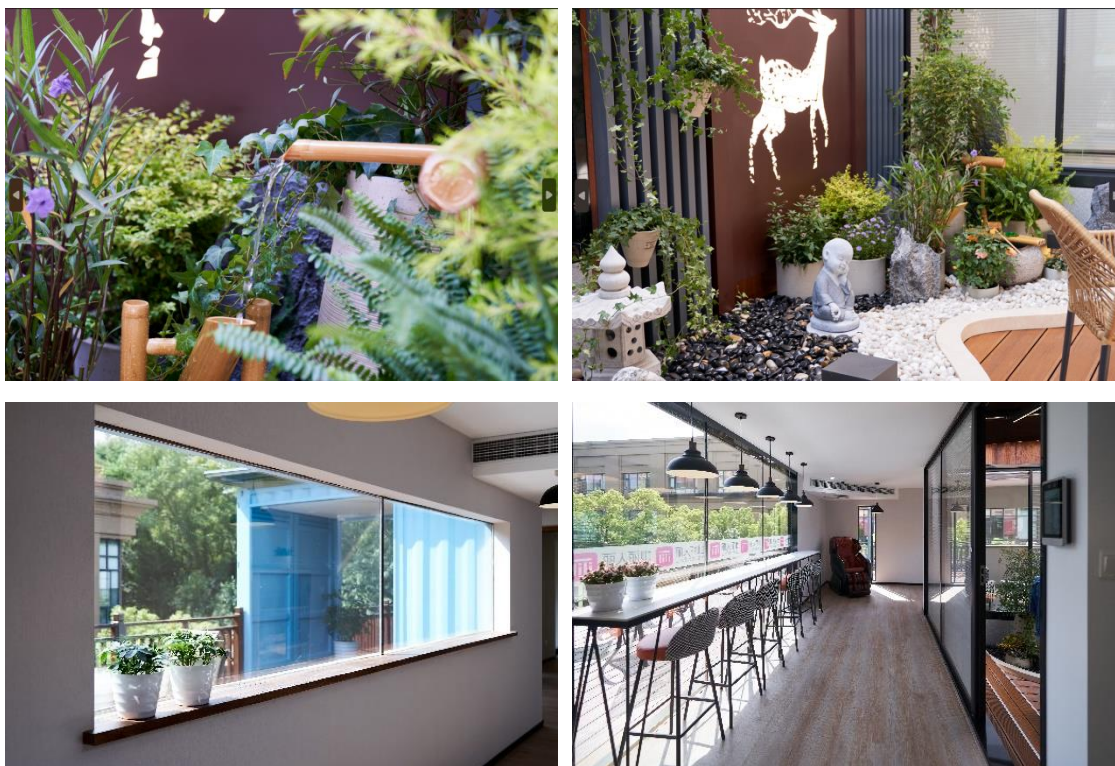
## 6. 低碳环保

丽人丽妆积极践行绿色发展理念，秉承“节能降耗、绿色发展”行动的宗旨，不断致力于降低公司在运营活动中对环境造成的影响。公司在采购、产品设计和仓储物流等多个场景中，综合考虑环保因素，不断提升环保表现，提高价值链上能源与资源的使用效率，为实现绿色发展目标不断努力。

我们弘扬绿色节能精神，在全公司范围内积极倡导低碳环保与勤俭节约意识，采取绿色办公管理措施促进节能减排，包括：

- **节能节水：**我们在公司办公场所使用 LED 等节能灯管，并积极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。同时，为进一步降低能源消耗，我们还将公司的 2 辆班车更换为低碳环保的电动大巴车，以积极响应国家的绿色发展号召，不断降低公司在运营活动中对环境的影响。
- **倡导无纸化：**为了减少公司的纸张消耗量，我们采取了多种措施。首先，在公司的打印机旁张贴节约用纸的标语，鼓励员工尽量双面打印，减少纸张的浪费。其次，我们积极推广电子媒介审批申请等方式，倡导无纸化办公，减少公司在文件传递和审批等方面的纸质材料使用。这些举措有助于降低公司的环境负担，也有助于员工养成节约用纸的良好习惯。
- **资源循环利用：**我们通过鼓励员工将可回收的废弃纸箱用于邮寄快递，实现资源的二次利用。同时，为减少生活垃圾的产生，我们彻底取消会议接待使用的一次性杯子，改为使用可循环使用的陶瓷杯，让环保理念深入到每个员工的日常生活中。这不仅有助于降低公司的生产成本，还能够有效地减少环境污染，为社会做出一份力量。

2022年，我们对办公区域进行了升级改造，扩大绿植覆盖面积，营造绿色、环保的办公氛围。



图注：绿色办公环境

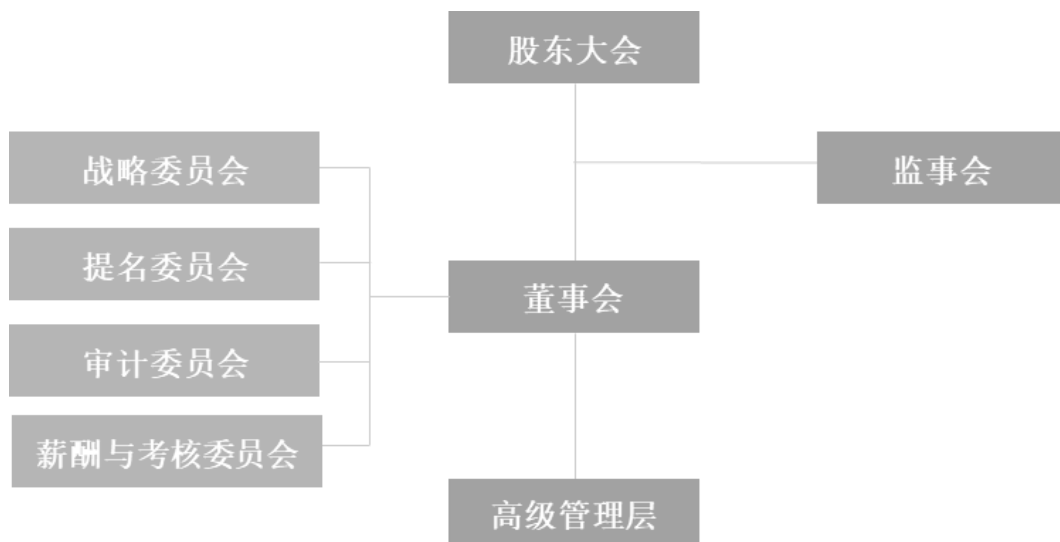
## 7. 诚而有责

丽人丽妆秉持诚信合规的原则，并认为这是企业稳健发展的基石。为此，我们建立了完善的治理架构，并不断强化内部风险管理，以保护公司信息安全与知识产权。同时，我们以高标准商业道德为规则，注重企业社会责任，致力于提升企业管治水平。我们坚持遵守法律法规，尊重合同精神，遵循诚实守信的原则，为客户提供优质的产品和服务。我们相信，只有建立起完整的诚信合规体系，才能够为企业的可持续发展打下坚实的基础。

### 7.1. 公司治理

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》《上市公司治理准则》《上海证券交易所股票上市规则》等相关法律法规要求，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，不断完善公司治理结构，提高信息披露水平，积极开展投资者关系管理工作，推动公司高质量发展。

2022年，公司顺利完成第二届至第三届董事会换届选举，董事会成员包括股东方代表、职工代表、会计专业独立董事等各方专业人士，持续提升董事会成员的多元化。



图注：丽人丽妆公司治理结构

**股东大会：**

2022年，公司共召开股东大会3次，审议并通过议案35项。

**董事会：**

公司董事会由5名董事构成，其中女性董事占比60%，独立董事占比40%。

2022年合计召开董事会5次，全体董事均100%出席。

**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，股东方代表监事1名。

2022年合计召开监事会5次，全体监事均亲自出席。

**7.1.1. 信息披露**

信息披露是投资者了解公司内部控制与治理的基本渠道。我们严格遵守《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，主动与监管部门及投资者等进行沟通，保证信息披露的真实、准确、完整、及时、公平、透明，维护公司股东特别是中小股东的合法权益。

我们不断丰富和细化信息披露的内容，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，不存在选择性信息披露或者信息披露违规的情形。2022年，公司共披露公告78份，其中定期报告4份，临时公告74份。

**7.1.2. 投资者关系**

我们不断优化投资者关系管理工作，积极倾听投资者对公司经营发展的意见与建议，及时解答投资者相关问题，增进投资者对公司的了解与关注，实现公司与投资者长期、稳定的良好互动关系。

公司向投资者开放了多种沟通渠道，包括公司联系电话（021-64663911）、传真（021-64663912）、邮箱（shlrlz@lrlz.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与意见反馈渠道。2022年，公司共召开3次股东大会、3次业绩说明会与1次机构调研接待会，接听投资者来电80次，并通过“上证e互动平台”回答了81个投资者的问题，问题回复率达100%。

## 7.2. 风控合规管理

公司非常重视风险控制管理，持续加强其风险控制体系，确保公司的稳健经营。为了实现这一目标，公司定期收集风险信息，制定相应的防范策略，并定期进行法律法规审视。公司还不断完善其风险控制机制，以保障风险控制体系的健全性，为公司业务的顺利开展打下合规基础。

### 7.2.1. 建立风控合规体系

我们秉持着规范的内部环境为基础、以强化的监督评价为保障的原则，构建了由业务部门、内控体系与审计监察部共同组成的风控合规“三道防线”，形成了灵活高效、具有前瞻性的风控合规管理体系。我们还十分重视审计监察职责，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了多项风控措施，以消除或减少风险事件的可能。



图注：风控合规体系的“三道防线”

### 7.2.2. 强化风控合规管理

我们非常重视风险合规，并采用了多种措施来进一步保障风险合规。每年，我们通过访谈的形式邀请 50-60 位重要岗位人员参与风险信息收集，并通过我们自主研发的“丽盾”小程序向全体员工发布问卷，以收集更多的风险信息，鼓励员工及时对日常工作中可能导致公司暴露于风险下的新业务、新模式进行汇报。该小程序不仅具备保密性、匿名性和灵活性，而且可以随时随地安心上报风险信息，从而保障信息的真实性和完整性。

我们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估计风险值，进而将数据库内的风险信息划分为一级、二级、三级。公司每年将选出员工代表，从“风险发生可能性”及“风险严重程度”两大维度展开风险评分，形成风险热力图。最终，公司将根据风险热力图制定相关应对策略，最大程度地防范、消除风险可能导致的损失。



图注：风险应对举措“三部曲”

### 7.2.3. 塑造合规文化

为了进一步加强风险合规，我们不断采取创新的方法，提高员工风险合规意识。我们在公司休息场所和公告栏上张贴举报邮箱小告示、信息安全七言诗与营销安全七言诗，同时也通过拍摄短视频讲解风险合规的重要性，以直观生动的方式传达信息。此外，我们定期开展风险管控研讨会，让各部门员工参与讨论，增强团队合作意识和风险防范能力。同时，我们将合规安全相关内容纳入全员培训课程中，确保每位员工都具备基本的风险合规意识。在2022年，我们还开展了2场法务合规主题培训，共计1,876人次参与，为员工提供更加全面、专业的合规知识培训。

## 7.3. 诚信廉洁

公司秉持“诚实守信、职业道德、遵纪守法”三大原则，严格要求员工遵循道德规范和法律法规。为了杜绝任何索贿、受贿和其他不正当交易行为，公司采取了“零容忍”的态度，并通过建立健全诚信廉洁制度和全员签署廉洁协议等策略来不断完善公司的廉洁管理体系，营造风清气正的工作环境。我们深知，只有树立正确的价值观念和坚持不懈地加强内部管理，才能够真正保障公司的长期发展。

我们高度重视员工的廉洁合规意识，为此，全体员工都需签署《员工廉洁守规约定书》，并严格遵守公司的规定。如果有员工违反相关规定，公司将依据情况采取违纪处分措施，确保公司的诚信经营和合规运营。为了不断加强员工的诚实守信、廉洁合规意识，我们每年都举办多次研讨会、培训会 and 高层宣讲会等讲座，通过日常邮件提醒、小贴士等方式加强宣传。对于新入职员工，我们为其安排专题课程，详细介绍公司的职业操守及道德规范、内部举报流程、员工及其亲属利益申报和违规惩罚制度等规定。针对公司业务属性，我们还特别制定了《促销抽奖活动廉政指导》，对员工及其直系亲属参与公司“大促”抽奖活动做出严格规定，禁止员工为协助相关人员中奖而提供抽奖促销活动相关信息的行为，从而保证公司的合规运营。

此外，我们不断建立健全内部举报受理制度，鼓励员工提供商业贿赂、舞弊等各类违法违纪相关线索。公司举报邮箱（corp-jubao@lrlz.com）由专人掌握，举报人可自愿选择实名或匿名举报，且公司承诺对所有举报者及其提供的全部数据严格保密，并禁止对举报者以及

协助调查的员工实施打击报复。对收到的举报、投诉，我们将及时进行事件分析评估，上报公司管理层，并根据实际情况组织相关部门人员，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将出具调查报告，再次向公司管理层进行报告，最终由公司管理层对事件进行评估和处理，确保事件高效、妥善解决。



图注：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

## 7.4. 信息安全保障

我们十分注重信息安全，以保障公司与各大利益相关方的权益。为此，我们不断加强信息安全管理，严格落实信息安全管理责任，对员工进行信息安全主题培训，从上到下深入开展教育宣传，尽全力降低公司信息安全风险。

### 7.4.1. 健全信息安全体系

我们严格遵循《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》等法规，制定了《信息安全管理准则》《信息安全准入许可标准》《安全事件报告和处置管理制度》《客服基地信息安全执行细则指导手册》《信息系统灾难恢复计划》等规范文件，建立起覆盖全面、高效响应的信息安全管理体系统，不断提高公司信息安全管理标准化水平。

为将信息安全责任落实到各个岗位，公司建立了由管理层统筹的信息安全组织架构，确保信息安全管理体系统的有效性。



图注：信息安全管理组织架构

### 7.4.2. 信息安全审计与认证

我们通过多项认证和审计来保障公司及客户的权益。例如，我们已通过信息安全管理体系统 ISO 27001 认证和国家信息安全等级保护（“等保”）三级认证，同时，每年开展系统和组织控制（SOC）审计<sup>2</sup>，这是全球公认最具权威性、专业性的数据安全审计报告之一。在 2022 年，公司没有发生任何重大数据安全事件。

我们是中国境内率先通过 SOC2 审计的互联网零售行业电商企业，这表明我们对于信息安全风险的内部控制措施设计合理并已有效执行。除此之外，我们每年进行一次等保三级<sup>3</sup>测评和两次渗透测试，以确保信息安全管理能力已达到国内最高标准，并进一步提高信息安全水平。我们致力于保护客户的隐私和数据安全，并将持续加强信息安全的管理和监督。

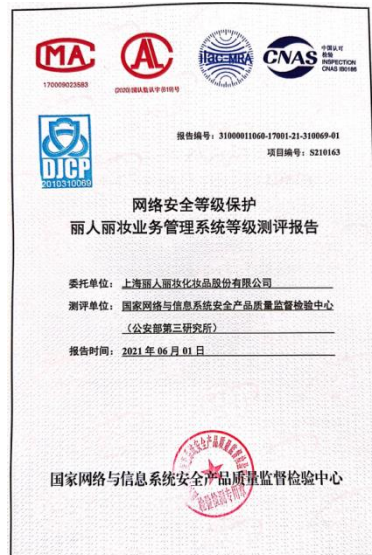
<sup>2</sup> SOC 是由美国注册会计师协会（AICPA）创建的内部控制报告，是全球公认最具权威性、专业性的数据安全审计报告。

<sup>3</sup> 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已达到国内最高标准。





图注：丽人丽妆已获得ISO/IEC 27001 : 2013国际信息安全管理体认证证书



图注：2018年至2022年，丽人丽妆已连续五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

### 7.4.3. 信息安全意识提升

我们认识到信息安全对企业运营和客户信任的重要性，不断努力提升全体员工的信息安全意识。对于新入职员工，我们要求他们 100%接受《信息安全意识》培训并通过考试，以奠定信息安全知识基础。同时，针对不同部门和岗位的员工，我们积极组织开展最新的数据安全与隐私保护法律法规解读，并通过开设线上信息安全培训课程和推送信息刊物等方式，

向全体员工宣传信息安全的重要性。我们坚信，只有全员的积极参与和认真学习，才能确保公司的信息安全和客户的信任。

## 7.5. 知识产权保护

我们的公司高度重视知识产权保护，特别是避免侵犯他人知识产权方面的问题。我们安排专员定期监控公司知识产权使用行为，积极申请公司自有专利，并对公司知识产权进行全方位保护。

同时，我们也非常注重防止侵犯他人知识产权的风险。我们的法务部联合代理机构和专业律师定期监控可能涉及他人知识产权的企业产品、商标等相关内容，分析可能发生的纠纷及其对企业的损害程度，及时向决策层发出警示性信息，并提出相应的防范预案。这些措施不仅保护了公司自身的知识产权，也避免了可能存在的法律风险，为公司的可持续发展提供了坚实的保障。

针对自有知识产权的保护，我们建立了完善的知识产权申请机制。以商标为例，我们先由业务部门提出商标注册需求，然后由法务部或代理机构进行商标检索，分析拟注册商标的近似商标注册情况，最终由法务部委托商标注册代理机构申请注册。注册成功后，法务部与代理机构合作，将获得的专利证书、商标证书、版权证书等制作成数据库，记录每项知识产权的注册日、到期日、续展日，以确保知识产权管理的规范性。此外，公司还委派代理机构建立商标监测程序，及时发现并持续监控商标被侵犯的情况，适时采取行政和司法手段，保护公司的知识产权。在处理知识产权纠纷时，法务部将与外部律师合作评估不同的处理方式，选择适宜的争议解决方式，以最大程度地减少对企业的影响。

## 附录：关键绩效表

公司治理		
指标	单位	2022 年数据
董事总人数	人	5
独立董事人数	人	2
女性董事人数	人	3

员工雇佣		
指标	单位	2022 年数据
员工总数	人	1,043
按性别划分：男性	%	29.43
按性别划分：女性	%	70.57
按职能划分：职能部门	%	13.14
按职能划分：运营部门	%	65.87
按职能划分：研发部门	%	2.30
按职能划分：服务部门	%	11.60
按职能划分：管理部门	%	0.19
按职能划分：营销部门	%	6.90
按年龄划分：18-25 岁	%	24.35
按年龄划分：26-30 岁	%	43.14
按年龄划分：31-40 岁	%	27.90
按年龄划分：40 岁以上	%	4.60
按受教育程度划分：硕士及以上	%	8.15
按受教育程度划分：本科	%	53.50
按受教育程度划分：专科	%	29.34
按受教育程度划分：中专、高中及以下	%	9.01
少数民族	%	3.45
外籍员工	%	0.29
残疾员工	%	1.73

员工伤亡与工时损失		
指标	单位	2022 年数据
因工亡故人数	人	0
工伤损失工作日数	天	0

教育培训		
指标	单位	2022 年数据
组织开展培训的次数	次	43
组织开展培训的总时数	小时	582.5
接受培训的员工人数	人	1,140
按性别及雇员类别（如高级管理层、中级管理层）划分的受训雇员百分比。		
高级管理层受训比例	%	3.3
中级管理层受训比例	%	12.6
基层员工受训比例	%	84.1
男性雇员受训比例	%	29.0
女性雇员受训比例	%	71.0
按性别及雇员类别划分，每名雇员完成受训的平均时数。		
高级管理层受训的平均时数	小时/人	3.38
中级管理层受训的平均时数	小时/人	22.46
基层员工受训的平均时数	小时/人	39.92
男性雇员受训的平均时数	小时/人	62.56
女性雇员受训的平均时数	小时/人	63.99

能源使用		
指标	单位	2022 年数据
耗电量	千瓦时	732,025
能源消耗密度	千瓦时/平方米	102.60

水资源使用		
指标	单位	2022 年数据
办公室水资源消耗量	吨	5,874
水资源消耗密度	吨/平方米	0.82

温室气体排放		
指标	单位	2022 年数据
温室气体排放量（范畴二）	吨二氧化碳当量	307.45
温室气体排放密度（范畴二）	吨二氧化碳当量/平方米	0.04

说明：

1. 公司 2022 年成立抖音事业部，加码抖音直播生态，耗电量较 2021 年度有较大增幅。公司密切关注能耗问题，将继续秉持绿色低碳理念，倡导绿色办公，并采取节能环保行动，努力降低因直播事业导致的能耗增长。
2. 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。
3. 公司运营过程不涉及范畴一的温室气体排放，故此处不做披露。

## 附录：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](mailto: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：