



2023

可持续发展 暨环境、社会及公司治理 (ESG) 报告

联系地址：中国浙江省杭州市西湖区西溪路 588 号
联系邮箱：proya-group@proya.com
电 话：+86-571-8735 2850
网 址：www.proya-group.com



珀莱雅化妆品股份有限公司

美美相生 共向未来

目录

| | | | | | |
|--|------------------|----|---------------|-------------------|-----|
| | | | | ESG 管理实践报告 | |
| | | | | 环境责任 | 43 |
| | | | | 产品与客户责任 | 56 |
| | | | | 供应链责任 | 73 |
| | | | | 员工责任 | 77 |
| | | | | 社区责任 | 87 |
| | | | | 公司治理 | 91 |
| | | | | 合规运营 | 99 |
| | | | | ESG 数据绩效表 | 105 |
| | | | | 对标索引表 | 113 |
| | | | | 报告编制说明 | 121 |
| | | | | 附录: 报告范围 | 123 |
| | | | | 附录: 温室气体核查声明 | 125 |
| | | | | 附录: 外部审验声明 | 128 |
| | 可持续发展贡献报告 | | | | |
| | 联合创始人致辞 | 01 | 可持续的业务: 创造美 | 17 | |
| | 关于珀莱雅 | 03 | 可持续的价值链: 传递美 | 21 | |
| | 珀莱雅可持续发展治理体系 | 07 | 可持续的社会生态: 成就美 | 27 | |

联合创始人致辞

回首刚刚过去的 2023 年，全球化经济正在经历一场深刻变革。可持续发展已由理念升华为全球共识，以前所未有的紧迫性与深度影响全球战略，也是决定各行各业未来走向的关键坐标。2023 年，珀莱雅在市场的变幻中迎来了二十周年的重要节点。二十年岁月，既是珀莱雅承载挑战、积累经验、实现成长与蜕变的漫漫征程，亦是我们在激烈市场竞争中稳固地位、见证行业变迁的生动写照。

珀莱雅深谙肩负的使命与担当。秉持感恩、追求卓越，是珀莱雅的立身之本。2003 年创立珀莱雅之初，我们就立志要成为中国的珀莱雅、世界的珀莱雅，做一家值得社会认可、信任和尊重的企业，努力成为一家敢于承担社会责任并得到社会认可的民营企业。面对变革浪潮，珀莱雅敏锐洞察，紧随时代脉搏，主动回应全球可持续发展诉求。我们强化 ESG 管理体系，全方位提升在环境、社会及公司治理层面的表现，全力助推全球可持续发展目标的实现。围绕“可持续的业务、可持续的价值链、可持续的社会生态”的三大支柱，珀莱雅坚定推行可持续发展战略，驱动产品创新与服务升级。

在“可持续的业务”层面，2023 年，龙坞研发中心与上海研发中心投入运营，硬实力助阵自主研发。我们倾力于产品研发与技术创新，与世界顶级原料供应商紧密合作，采用全球顶尖原料，引入高科技工艺，匠心制造贴合消费者需求的产品。

在“可持续的价值链”层面，我们携手上下游战略伙伴共谋绿色转型，积极推动全链条碳减排，深化产品全生命周期的可持续管控。我们通过提升供应链环境评价标准，与合作伙伴合力探索低碳技术及高效能源利用模式，率先构建具有标杆意义的低碳供应链体系。2023 年，我们与十家核心供应商达成碳排放管理共识，并在二十周年战略发布会上联合发布“携手零碳 美力

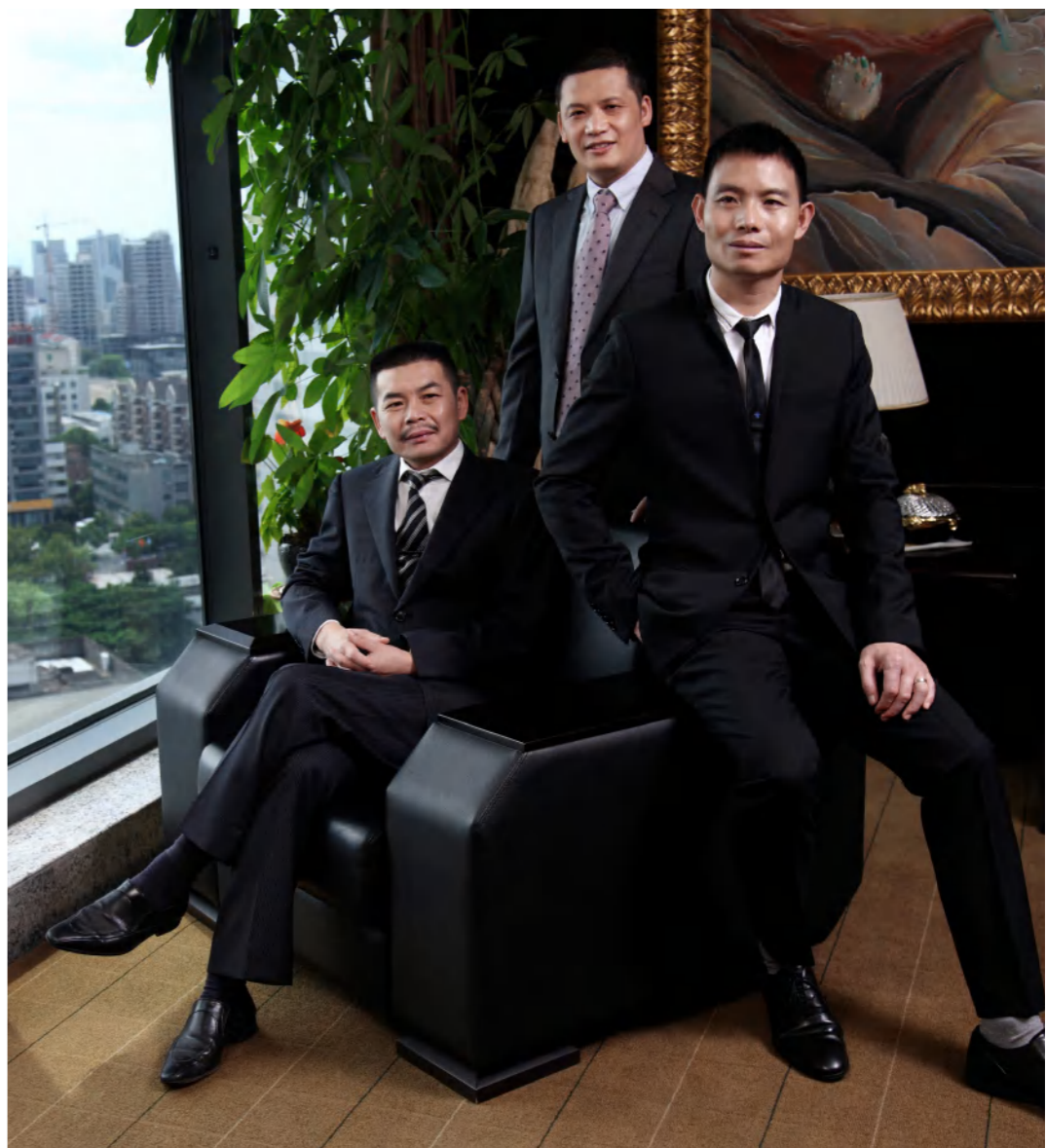
同行”减碳宣言，承诺至 2025 年实现企业自身碳排放降低。

在“可持续的社会生态”层面，珀莱雅坚定履行社会责任。2023 年 8 月，浙江珀莱雅公益基金会正式成立，成为珀莱雅推动公益事业的新起点。同时，珀莱雅持续聚焦“性别平等、情感关系、青春成长、心理健康”四大议题，致力于构筑一个多元包容、充满温度的世界。

展望 2024 年，珀莱雅将继续秉持初心，坚守品质与创新并重的理念。我们深知，企业的价值不仅在于短期的盈利和市场份额，更在于对社会的贡献和对人类生活的积极影响。我们将以更加开阔的视野、更加坚实的行动践行可持续发展，让创新成为驱动引擎，让责任铸就品牌形象，让共享成就社会价值，让绿色定义美丽真谛。我们将与各方伙伴携手，合力擘画出一个和谐共生、繁荣昌盛的未来图景。

联合创始人

联合创始人合影





关于珀莱雅

公司介绍

珀莱雅化妆品股份有限公司(以下简称“珀莱雅”“公司”“我们”)致力于构建新国货化妆品产业平台,主要从事化妆品类产品的研发、生产和销售。旗下主要拥有“珀莱雅”“彩棠”“Off&Relax”“悦芙媣”“CORRECTORS”“INSBAHA 原色波塔”“优资莱”“韩雅”等品牌。公司自有品牌已覆盖大众精致护肤、彩妆、洗护、高功效护肤等美妆领域。

公司名称:

珀莱雅化妆品股份有限公司

英文名称:

PROYA COSMETICS CO.,LTD.

上市代码:

603605 (上海证券交易所)

公司总部:

中国浙江杭州

成立时间:

2006 年

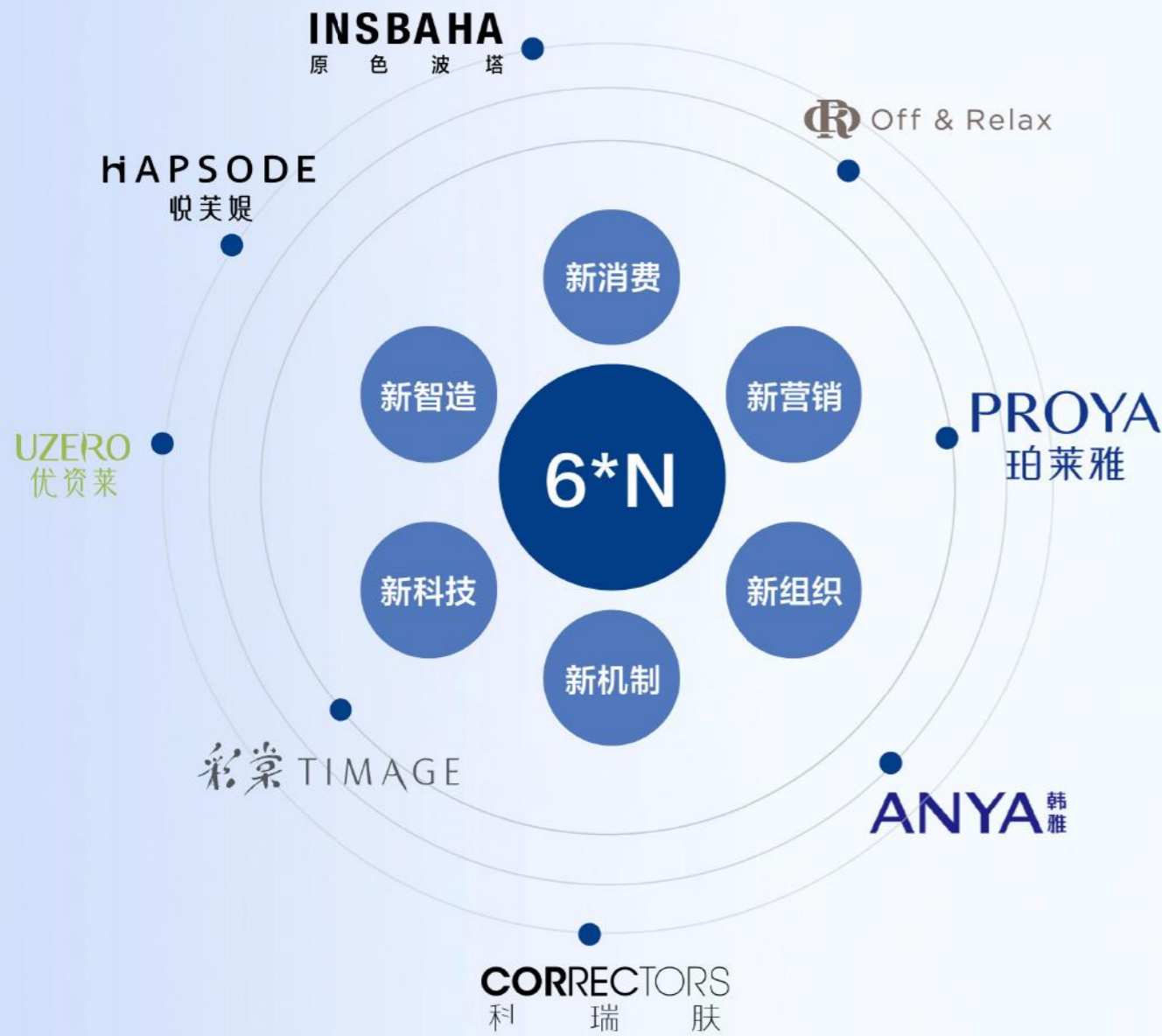
公司发展:

公司的化妆品研发、生产和销售主要在中国大陆进行,在浙江湖州设有护肤、彩妆两个生产工厂

公司产品销售网络包含电子商务、日化专营店、百货等渠道

截至报告期末,公司共有员工 2,971 人

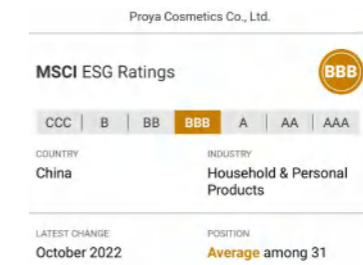
“6*N”发展战略



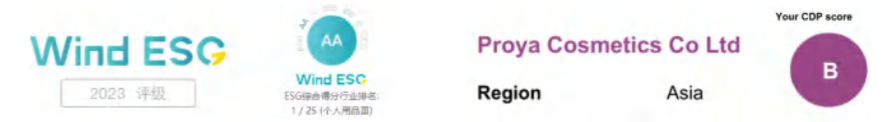
“6*N”核心内涵是指基于以上六项能力打造，赋能、孵化出满足“不同”消费者“不同”需求的“不同”品牌。

ESG 管理成果

ESG 评级成果 >



2023 年评级未出
2022 年珀莱雅 MSCI ESG 评级为“BBB”级



ESG 荣誉及社会认可 >

| 荣誉名称 | 颁发机构 |
|--------------------------------|---------------------|
| 2023 年度绿色供应链管理企业 | 中华人民共和国工业和信息化部办公厅 |
| 2023 年省级绿色低碳工厂 | 浙江省经济和信息化厅 |
| 2023 香料香精化妆品行业 ESG 卓越案例 | 中国香料香精化妆品工业协会 |
| Wind 中国上市公司 ESG 最佳实践 100 强 | 万得 |
| ESG 金牛奖百强 | 中国证券报 |
| 最佳 ESG 奖 | IRSC 第七届中国卓越 IR |
| 2023ESG 实践案例女性力量优秀实践 | 2023ESG 与可持续发展论坛组委会 |
| 中国金融资本论坛社会责任卓越案例 | 经济参考报社 |
| “可持续品牌典范”价值链引领榜单 | 虎嗅 ESG 团队 |
| 520 社会责任日优秀案例评选——关爱儿童议题背景 | 思盟企业社会责任促进中心 |
| 《中国可持续棕榈油进展：RSPO 中国区成员案例集》优秀案例 | RSPO |

珀莱雅可持续发展治理体系

可持续发展理念

秉持 " 美美相生, 共向未来 " 的可持续发展理念, 珀莱雅以扎实的可持续发展管理为基础, 关心人与生态的可持续发展, 用卓越的产品创造美, 与伙伴、消费者一起传递美、成就美, 让每一个当下生长为更美好的未来。

可持续发展规划

珀莱雅可持续发展战略规划——“美美相生, 共向未来”, 围绕可持续发展的三大支柱: 可持续的业务、可持续的价值链、可持续的社会生态, 并以全面的 ESG 管理为基石, 推动可持续发展。

本报告的《可持续发展贡献篇》即是对本可持续发展战略规划年度落地情况的报告。

企业使命

美丽永存, 共享美好

企业愿景

成为世界一流的美妆企业

企业精神

勤奋务实、激情进取、诚信感恩

企业核心价值观

责任、学习、高效、协同、创新、公平

美美相生, 共向未来



可持续的业务: 创造美

持续创新研发, 为消费者提供安全、卓效、可持续的产品, 以可持续的业务创造美



可持续的价值链: 传递美

携手合作伙伴与消费者共同践行可持续发展与消费的理念, 让可持续发展理念在价值链上传递



可持续的社会生态: 成就美

为解决环境挑战与促进社会发展提供支持, 成就更多人的美好生活

可持续发展管理架构

公司建立起了覆盖全公司的可持续发展及 ESG 组织架构, 确保可持续发展及 ESG 工作高效推进。公司战略委员会总领全局, 制定相关战略规划; 下属的 ESG 管理委员会负责具体管理 ESG 重大项目以及相关成效考核, 并定期向董事会战略委员会汇报; 各职能部门单位构成 ESG 执行小组, 实现上传下达和统筹兼顾。



董事会

董事会整体负责及监督珀莱雅可持续发展及环境、社会及公司治理事宜, 制定公司可持续发展及 ESG 管理方针及策略, 例如参与 ESG 议题识别及评估工作等, 就实现公司 ESG 目标所需采取的行动提供建议及必要支持等。

战略委员会

战略委员会负责指导和监督公司重点 ESG 议题的管理, 包括科技创新、产品质量与安全、绿色包装等。战略委员会定期对 ESG 议题的绩效表现开展审核工作, 推进公司 ESG 目标实现的进度, 就实现 ESG 目标所需采取的行动措施提供建议, 并定期向董事会汇报管理进展。

ESG 管理委员会

公司战略委员会下设的独立部门, 由总经理等总经办高管成员组成, 在环境、社会及公司治理等相关事务上起管理作用, 同时防范相关风险, 并定期向战略委员会和董事会汇报 ESG 工作进展。

ESG 执行小组

由董秘担任组长, 各部门相关负责人担任组员。小组在组长带领下协调各业务模块, 并向 ESG 管理委员会汇报环境、社会及公司治理方面的各项事务, 提供决策所需的信息, 为各业务模块提供工作指导, 支持 ESG 战略和决策的执行。

为进一步推进公司的 ESG 管理, 公司在《绩效管理办法》《关于绩效制度补充规定》中设有董事会成员及高级管理层的激励性薪酬与公司可持续发展及 ESG 管理绩效 (以下简称“可持续绩效”) 相挂钩的条例, 并制定短期、中期、长期激励发放规划, 确保绩效挂钩从各方面提升董事及高管 ESG 管理的积极性及可持续性。**其中, 在董事会成员及高管绩效考核体系中, 可持续绩效指标考核权重占比 8-10%, 并定期开展绩效考核。**

此外, 公司自愿通过环境、社会与公司治理 (ESG) 报告进行 ESG 信息披露, 并聘请外部专业机构, 向公司相关部门开展 ESG 培训, 增强公司内部对 ESG 的理解。

利益相关方沟通

主要利益相关方及沟通方式 >

利益相关方的支持和信任对公司至关重要。公司在开展和推进 ESG 管理中关注各利益相关方的诉求，并通过多种渠道积极沟通，以责任实践回应期望诉求，努力实现股东、员工、社会等各方的合作互利共赢。

| 利益相关方 | 关注议题 | 沟通与回应 |
|--------------------------|---|--|
| 政府与监管机构（国家药品监督管理局、地方政府等） | <ul style="list-style-type: none"> 公司治理 风险与合规 产品与服务品质 化学品安全与成份透明 气候变化减缓与适应 排放与废弃物 | <ul style="list-style-type: none"> 配合机构考察 健全风险管理体系 完善产品质量管理体系 基于法律法规要求完成产品备案、公开产品配方 开展节能减碳工作、优化能源结构、提高清洁能源使用占比 通过循环利用等方式，妥善管理排放物与废弃物 |
| 投资者与股东（对公司进行股权、债权投资的投资人） | <ul style="list-style-type: none"> 公司治理 科技创新 保障投资者权益 | <ul style="list-style-type: none"> 刊发财务报告、业绩报告、通过上证 e 互动、邮件、路演与投资者及股东交流 加大研发投入、组建研发团队、开展外部研发合作项目、参加行业交流会研讨会等 定期举办股东大会等 |
| 消费者 | <ul style="list-style-type: none"> 产品与服务品质 负责任营销 化学品安全与成分透明 气候变化减缓与适应 绿色包装 | <ul style="list-style-type: none"> 实施产品质量与安全管理措施、开展客户满意度调查 建立完善的对外信息审批程序、消费者可持续消费倡议 通过网站公告披露产品配方信息 开展节能减碳工作、优化能源结构、提高清洁能源使用占比 开展包装可持续属性提升工作 |

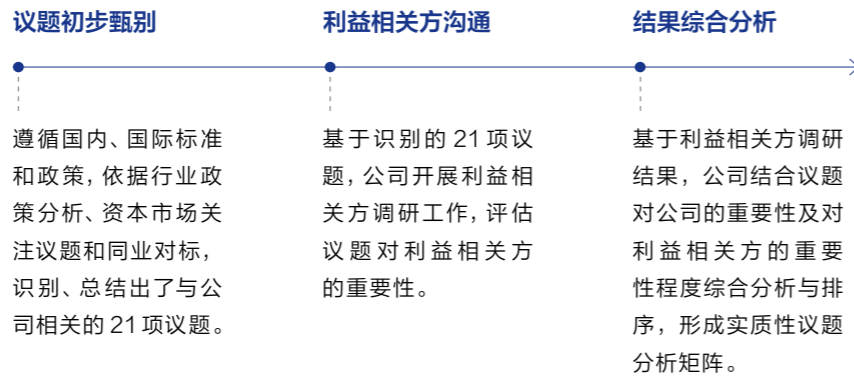
主要利益相关方及沟通方式续表 >

| 利益相关方 | 关注议题 | 沟通与回应 |
|--------------------------|--|--|
| 员工 | <ul style="list-style-type: none"> 员工权益与福利 员工培训与发展 职业健康与安全 | <ul style="list-style-type: none"> 制定员工手册、设立工会等 建立人才发展与学习共享平台 开展安全技改项目、组织安全生产培训及职业健康体检等 |
| 合作伙伴（行业协会、供应商与经销商等） | <ul style="list-style-type: none"> 负责任采购 产品与服务品质 促进行业发展 科技创新 | <ul style="list-style-type: none"> 供应商培训、供应商 ESG 评估等 开展供应商质量管理培训、供应商质量审核等 积极参与行业交流 加大研发投入、组建研发团队、开展外部研发合作项目等 |
| 社区与公众（运营所在地周边社区、社会公益组织等） | <ul style="list-style-type: none"> 社会公益 | <ul style="list-style-type: none"> 员工志愿者活动、公益捐赠、社区活动 |

实质性议题识别

在与内外部利益相关方定期沟通的基础上，珀莱雅参照全球报告倡议组织 (Global Reporting Initiative, GRI) 《可持续发展报告标准》，结合利益相关方及资本市场关注的重点和期望，基于应当遵循的国内、国际标准和行业政策，开展报告的实质性议题识别工作，界定出具有较强实质性的 ESG 议题作为公司管理和报告披露的重点，以持续提升报告价值。

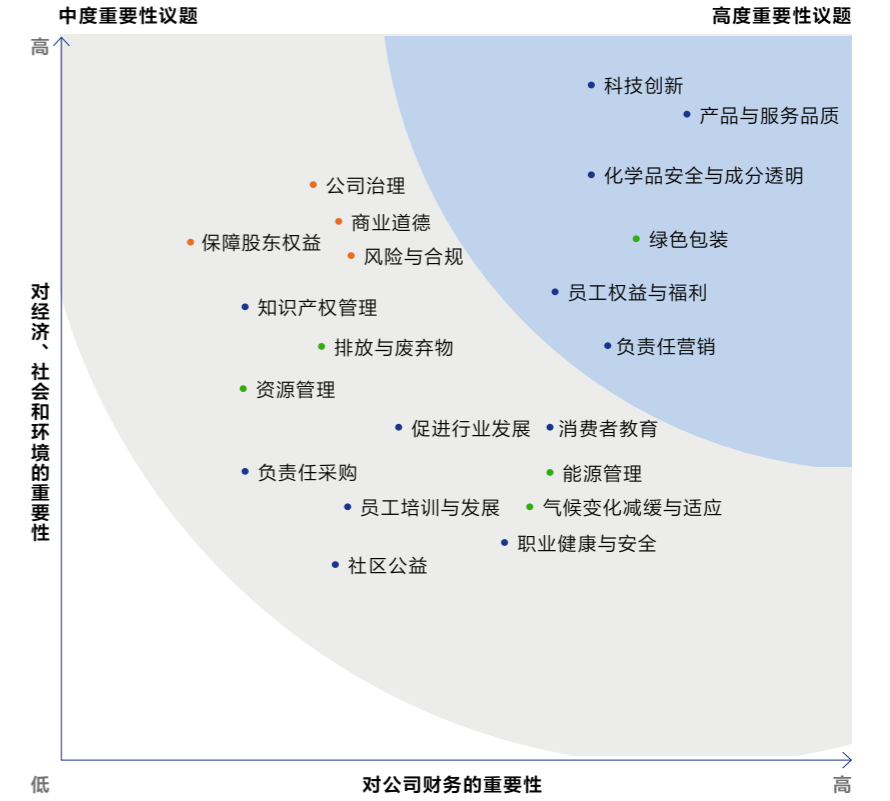
实质性议题分析过程 >



2023 年，公司基于国内与国际标准和政策，开展实质性议题审视及分析工作，调整议题“保障股东权益”“水资源使用管理”名称、拆分议题“负责任营销与消费者教育”等，使议题内容更聚焦、更符合利益相关方的语境，回应利益相关方的关注。经过以上实质性议题识别流程，公司得出如下实质性议题矩阵：

珀莱雅实质性议题矩阵 >

- 环境议题
- 社会议题
- 公司治理议题



| 高度重要性议题 | 中度重要性议题 | |
|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ● 绿色包装 ● 科技创新 ● 产品与服务品质 ● 化学品安全与成分透明 ● 员工权益与福利 ● 负责任营销 | <ul style="list-style-type: none"> ● 气候变化减缓与适应 ● 能源管理 ● 资源管理 ● 排放与废弃物 ● 知识产权管理 ● 促进行业发展 ● 负责任采购 | <ul style="list-style-type: none"> ● 员工培训与发展 ● 职业健康与安全 ● 社区公益 ● 消费者教育 ● 公司治理 ● 商业道德 ● 风险与合规 ● 保障投资者权益 |

2023 可持续发展贡献报告

可持续的业务：创造美

| 对应的 SDGs | 可持续规划目标 | 2023 进展及成果 |
|--|--|--|
|  7 经济适用的清洁能源 | 到 2025 年 <ul style="list-style-type: none"> 推动基础研究与功效性原料的研发，打造更卓效的产品，实现更安全有效的自研功效性原料投入应用 | 报告期内 <ul style="list-style-type: none"> 珀莱雅成功备案新原料成分“3,3,5- 三甲基环己醇琥珀酸酯二甲基酰胺” |
|  13 气候行动 | <ul style="list-style-type: none"> 主要品牌新产品和更新产品 100% 开展可持续属性评估 | <ul style="list-style-type: none"> 产品可持续评估体系和机制基本建立 |
|  14 水下生物 | <ul style="list-style-type: none"> 使用清洁能源的比例达 50%，以 2021 年为基准，单位产品温室气体排放量（范围一、二）下降 25%，2025 年自身运营（范围一、二）实现碳达峰 | <ul style="list-style-type: none"> 使用清洁能源的比例达到 35.35%，单位产品温室气体排放量（范围一、二）下降 17.30% |
|  15 陆地生物 | <ul style="list-style-type: none"> 以 2021 年为基准，包装材料中可持续包装材料的比例提升 20%，包装使用强度降低 15% 所采购的棕榈油衍生品使用 RSPO 认证棕榈油的种类占比达到 70% 以上，同时在规划期内进一步完善对采购原料中棕榈油的追溯体系 | <ul style="list-style-type: none"> 包装材料中可持续包装材料的比例达到 25.47%，对比基准年提升 25.31% 基本完成对现有产品原料棕榈油使用状况的梳理 |

亮点案例

报告期内，珀莱雅成功备案首款化妆品新原料“**3,3,5- 三甲基环己醇琥珀酸酯二甲基酰胺**”，有效提升了产品的核心竞争力与技术壁垒，充分体现了内部研发实力的提升与对可持续创新战略的有力践行。

珀莱雅成功备案首款新原料

2023 年 11 月，珀莱雅在国家药监局完成了公司的首款化妆品新原料“**3,3,5- 三甲基环己醇琥珀酸酯二甲基酰胺**”的备案，正式进入监测期，并已申请专利。该原料具有皮肤保护和抗氧化的双重功效，可用于除气雾剂、散粉类化妆品外的各类肤用化妆品，为进一步产品升级打下基础。

| 化妆品新原料备案信息 —— “国妆原备字20230045” 基本信息 | |
|------------------------------------|-----------------------|
| 标准中文名称 | 3,3,5-三甲基环己醇琥珀酸酯二甲基酰胺 |
| 备案号 | 国妆原备字20230045 |
| 备案人中文 | 珀莱雅化妆品股份有限公司 |
| 备案人外文 | |
| 备案人住所地址 | 浙江省杭州市西湖区留下街道西溪路588号 |
| 备案人所在国（地区） | |
| 境内责任人名称 | |
| 境内责任人住所地址 | |
| 备案日期 | 2023-11-03 00:00:00 |
| 备注 | |
| 状态 | 监测期 |
| 技术要求 | 查看 |
| 备案后监督检查情况 | |
| ▼注 | 详情 |

^ “3,3,5- 三甲基环己醇琥珀酸酯二甲基酰胺” 备案信息

研发安全、卓效的产品

为消费者提供更安全、更卓效的产品，是珀莱雅始终如一的追求。提高自身的原料研发能力并加强原料的自主研发则是我们的重要路径之一。通过自主研发的新原料，我们可以更好地满足消费者的个性化需求，并能够从源头把控原料的安全性和高品质。

管理进展概述

2023 年，珀莱雅龙坞研发中心、珀莱雅上海研发中心正式投入使用，专注于自主研发与创新，探索开发绿色、安全、高效的新型化妆品原料，增强了公司的基础研究和自主研发能力。同时，公司成立了原料研究与开发部，集科研、分析与评估职能于一体，致力于引进绿色、安全、高效的新型化妆品原料，提升了公司对于原料的管理能力。

打造可持续的产品

在全球可持续发展趋势的驱动下，公司深刻认识到推行可持续产品管理的社会价值与战略意义。面对消费者日益增强的环保意识和对绿色、安全、低碳产品的诉求，我们积极响应，建立可持续产品评估体系，践行从源头创新到终端产品的全程可持续发展策略。

管理进展概述

报告期内，公司以产品开发流程为主线，建立了可持续产品评估工作小组。通过跨部门沟通与协作，我们进一步完善和细化了珀莱雅可持续产品评估体系，建立了标准化的工作流程，并启动了产品评估的试点工作。

同时，产品包装可持续属性提升、可持续棕榈油、低碳工厂是本年度产品可持续属性提升工作的三大重点。

在产品包装方面，公司邀请包装专家参与合作编制了《珀莱雅可持续包装管理手册》，并对相关部门开展培训，为产品包装可持续属性提升工作建立依据。

在可持续棕榈油方面，报告期内公司正式加入可持续棕榈油圆桌倡议 (RSPO)，并持续梳理现有棕榈油衍生品原材料，启动 RSPO 认证棕榈油替换工作。

在低碳工厂建设方面，珀莱雅积极推动工厂的数字化、智能化转型，以全生命周期数字化管理推动产品质量和绿色制造转型升级。2023 年，珀莱雅入选了由中华人民共和国工业和信息化部办公厅公布的“2023 年度绿色供应链管理企业”名单，珀莱雅湖州分公司被浙江省经济和信息化厅认定为“2023 年浙江省智能工厂”“2023 年浙江省绿色低碳工厂”。这是政府、三方机构、业内专家等对珀莱雅在行业制造数字化、智能化、绿色化发展的认可。

亮点案例

珀莱雅打造 5G 智能工厂助推绿色制造

5G、物联网、人工智能和大数据等新一代信息技术的融合应用，正推动化妆品产业实现高效、智能化的发展。2021 年 1 月到 2023 年 6 月，珀莱雅按照浙江省智能工厂建设导则，完成 5G 智能工厂和智能物流中心的设备迭代，依靠信息化平台和大数据分析等技术，整合各生产资源，实现协同制造。通过建立能源管控平台、加强环境监测、减少三废排放、改进节能工艺、资源的循环利用、实施绿色供应链、新能源利用等方式，珀莱雅又进一步实现了绿色化制造。

在资源循环利用方面，空压机热能回收系统每月可提供热水 502 吨，在新能源利用方面，2.5 万平方米的新建物流中心屋顶安装了 2 兆伏安光伏发电储能系统。2023 年，工厂自建光伏全年发电量逾 2,000MWh，约占全厂能耗的 12%。此外，工厂持续技改、打造绿色节能环保锅炉房，配置太阳能辅助加热系统、烟道余热回收系统、蒸汽冷凝水回收系统，每月可节省天然气 9888 立方米。



△ 珀莱雅 5G 智能物流中心

珀莱雅产品包装可持续升级

2023 年，珀莱雅积极响应国家减碳减排政策，针对销量相对较大的红宝石面霜 3.0 的三款产品“赋能鲜颜淡纹紧致滋润霜、赋能鲜颜淡纹紧致轻润霜、赋能鲜颜淡纹紧致轻盈霜”进行产品包装升级，减少单品包装的重量和降低塑料使用量。升级后，单个产品包装塑料使用量较原先包装降低 22%。同时产品推出了替换装产品，提升了瓶身的再利用性，每个替换装塑料使用将减少塑料使用逾 100 克 / 个。



△ 珀莱雅产品包装升级

可持续的价值链：传递美

| 对应的 SDGs | 可持续规划目标 | 2023 进展及成果 |
|--|---|--|
|   | <p>到 2025 年</p> <ul style="list-style-type: none"> 主要合作伙伴 100% 开展 ESG 符合性评估，为所有合作方提供 ESG 管理支持 通过价值链减碳倡议和鼓励，推动所有战略合作伙伴碳排放减低 带动所有价值链合作伙伴可持续转型并向同业分享自身可持续行动 通过多种方式的产品可持续信息披露，面向消费者传递可持续消费理念 | <p>报告期内</p> <ul style="list-style-type: none"> 珀莱雅共评估 264 家供应商的 ESG 表现，其中主要合作伙伴 100% 开展 ESG 符合性评估 珀莱雅联合 十大战略合作伙伴 (供应商) 共同发布“携手零碳 美力同行”减碳宣言 珀莱雅参与联合主办珀莱雅物流沙龙，与行业分享自身可持续实践 珀莱雅在包装增加可持续标签，并通过多渠道倡导使用替换装、空瓶改造等环保行动 |

与行业、伙伴携手同行

珀莱雅充分认识到自身在产业链中的核心地位所承载的可持续发展责任，坚定地致力于推动整个价值链实现全面绿色和可持续转型。为了切实履行这一职责，公司采取了多方面的综合策略，旨在引导并推动价值链各环节实现环保升级。

管理进展概述

在战略供应商的管理上，珀莱雅主动与战略供应商合作，共同聚焦于降低碳排放这一重要任务。通过在供应链中强化环境评估标准，各方携手探索低碳生产技术和高效能源利用方案，目标是逐步建立起具有示范效应的低碳供应链体系。**报告期内，我们与十家战略供应商就碳排放管理目标达成一致，并于珀莱雅二十周年战略发布会共同发布“携手零碳 美力同行”减碳宣言，承诺到 2025 年实现自身碳排放降低。**

针对主要合作伙伴，珀莱雅严格遵循 ESG (环境、社会及治理) 原则，将其融入与主要合作伙伴的合作机制中，确保在原材料采购、生产过程直至物流运输等所有环节，合作伙伴均需遵守环保规定和社会责任标准，从而全面提升产业链整体的可持续性表现。

2023 年，珀莱雅共评估 264 家供应商的 ESG 表现，评估通过率 100%；其中主要合作伙伴 100% 开展 ESG 符合性评估。在二十周年战略发布会期间，珀莱雅为全体供应商提供了关于可持续发展和 ESG 知识的培训，旨在提高合作伙伴的理解和实践水平。

同时，珀莱雅积极发挥行业引领作用，主动面向全行业分享自身的可持续转型经验。通过参与各类研讨会等方式，珀莱雅积极促进业内同行借鉴与学习先进的可持续发展模式，共同绘制化妆品产业的绿色发展蓝图。作为行业内率先使用绿色循环箱的企业，我们发挥了积极的示范引领作用。**报告期内，已有 9 家供应商借鉴并开始实践绿色循环箱解决方案。**

亮点案例

珀莱雅分享自身可持续供应链管理经验

2023 年，珀莱雅携手上海供应链发展促进会与大恩物流，在上海国际物流节联合主办了珀莱雅物流沙龙。珀莱雅在沙龙上分享了自身在构建绿色供应链方面的实践经验及深度见解。近年来，珀莱雅不仅在化妆品市场保持稳健增长态势，更将可持续发展理念全面融入企业的整体运营中，从电商物流、生产制造直至包装设计，全方位推动绿色发展。

在物流层面的节能减排方面，珀莱雅率先试点将燃油叉车替换为电动叉车，通过新能源车辆替换传统燃油车及科学优化运输流程，有效减少资源消耗。

在电商渠道中，珀莱雅在业界率先实施循环箱项目，代替一次性纸箱包装，大幅削减了纸箱使用量、碳排放以及胶带使用；针对有特殊保温需求的产品配送，公司选择纳米环保材质替换泡沫保温箱，有效减少了白色污染源。此外，套装产品的包装方案也得到了升级改良，采用环保收缩膜替代不可降解塑料袋，实现了成本节约与环境污染减轻的双重目标。

在智能仓储物流领域，珀莱雅建成了一座占地面积约 60 亩、建筑面积 12 万平方米的现代化自动化仓库，配置了高速堆垛机、机器人分拣系统等高效低耗设备，确保了仓储物流系统的高效低碳运作。

通过此类分享，珀莱雅将自身领先的可持续发展案例在业内分享，为同业伙伴提供有效的实践经验。

珀莱雅与战略合作伙伴共同发布减碳宣言

在珀莱雅 20 周年战略发布会上,珀莱雅与包括赢创特种化学上海有限公司、禾大化学品(上海)有限公司、巴斯夫(中国)有限公司、德之馨(中国)投资有限公司、科莱恩化工科技(上海)有限公司在内的十大战略合作伙伴共同发布了“携手零碳 美力同行”的减碳宣言。

此举彰显了珀莱雅及其供应链伙伴对环境可持续性的坚定承诺和深度合作。十家战略合作伙伴各自在其领域内拥有卓越的专业技术和环保实践,通过此次联合行动,我们将不仅致力于自身运营层面的节能减排,也将开展更深入地技术交流、资源共享以及创新解决方案的开发与应用,以实现绿色供应链的整体优化升级。

这一战略合作关系的确立,标志着珀莱雅在探索可持续发展模式上迈出了新的坚实步伐,并为业界树立了积极协作、共筑绿色未来的典范。我们将与各方共同努力,打造一个更为低碳、环保且高效的产业生态系统,持续提升社会价值和环境贡献。



△ “携手零碳 美力同行”减碳宣言

传递可持续消费理念

提升消费者的可持续消费理念,在推动企业及社会整体的可持续产品实践过程中扮演着不可或缺的角色。消费者行为和意识的转变,对于实现从源头到终端的绿色消费闭环至关重要,它不仅能够驱动市场需求向更环保、更低碳的产品倾斜,还能够在全社会范围内培养资源节约与环境保护的价值观。因此,珀莱雅将培育消费者可持续消费意识融入其日常运营策略之中。

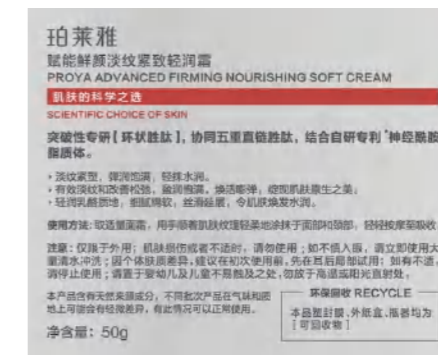
管理进展概述

报告期内,珀莱雅采取了一系列措施以加强与消费者的沟通并促进其采纳更为可持续的消费方式。例如,我们在产品包装上醒目地引入可持续标签,通过直观的信息传递,让消费者清晰了解产品的环保属性和可循环利用价值。同时,珀莱雅充分利用线上线下的多渠道传播平台,积极倡导使用替换装产品以及空瓶改造再利用等创新环保行动,鼓励消费者在享受高品质美妆产品的同时,参与到减少浪费、保护环境的实际行动中来。这一系列举措提升了品牌与消费者之间的绿色互动,促进了消费者可持续理念的提升。

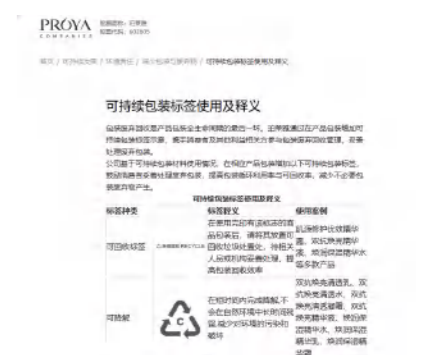
亮点案例

珀莱雅通过标识引导与科普教育共建可持续消费文化

包装废弃回收作为产品包装全生命周期管理的终端环节,对于实现资源循环利用与环境可持续发展至关重要。珀莱雅通过在产品包装上醒目地标注可持续包装标识,提升消费者的包装回收意识,携手消费者参与到包装废弃后的回收管理工作中,确保废弃包装得到妥善处理。



△ 珀莱雅可持续包装标签



△ 官网可持续包装标签科普文章

同时,珀莱雅在官网发布科普文章,向消费者介绍常见的可持续包装标签及释义,提高消费者对于包装回收标识的认知水平,促进绿色消费习惯的养成和循环经济的有效推广。

珀莱雅替换装购买倡导

2023年,珀莱雅针对其双抗精华3.0以及红宝石面霜3.0等热销产品系列,创新推出了替换装解决方案,用替换芯替代原先中小样赠品的使用,从而显著减少非必要的包装材料消耗。

在此基础上,珀莱雅进一步整合并优化了产品营销传播策略,紧密围绕产品的可持续属性展开宣传,积极倡导消费者选择购买替换装以取代频繁购置正装新品的做法,旨在通过这种方式有效降低包装废弃物的产生。

报告期内,珀莱雅在多个主流社交媒体平台如微博、小红书、知乎和抖音等推广替换装理念,累计曝光次数超过1亿次,有效提升了公众对化妆品可持续消费的认识与参与度。

Off & Relax 旧瓶改造循环企划

2023年4月世界地球日到来之际,Off & Relax品牌发起#offrelax循环企划,联手手工艺人对产品空瓶进行改造,解锁空瓶的第二次生命,旨在通过艺术创作和日常应用的跨界融合,赋予废弃包装以全新的生命力和实用价值,减少包装废弃物的产生。

在此次活动中,Off & Relax品牌联手20余位新媒体关键意见领袖(KOL),将使用后的Off & Relax空瓶包装作为创意素材,结合个人审美和生活需求,将其转化为独具特色的家居装饰、园艺器具或实用收纳容器等。品牌将改造案例在微信、微博、小红书等平台发布,传播循环生活理念,推动消费者环保意识的觉醒与行动力的提升,活动全网曝光量达150万。

Off & Relax品牌凭借此企划进一步深化了其在绿色包装领域的探索实践,展现企业对于环境友好的坚定承诺与务实行动,为化妆品行业树立了绿色包装创新和资源循环利用的新典范。



^ 旧瓶改造循环企划

可持续的社会生态：成就美

| 对应的 SDGs | 可持续规划目标 | 2023 进展及成果 |
|---|---|--|
|     | <p>到 2025 年</p> <ul style="list-style-type: none"> 累计投入 1,200 万元用于社会公益共建平等多元的社会 <p>通过社会公益等活动，直接影响 50 万人次、间接影响 5 亿人次</p> | <p>报告期内</p> <ul style="list-style-type: none"> 报告期内，珀莱雅投入 866.12 万元 用于社会公益共建平等多元的社会 <p>截止报告期末</p> <ul style="list-style-type: none"> 累计投入 1,009.58 万元 <p>报告期内</p> <ul style="list-style-type: none"> 珀莱雅社会倡导活动有 23.30 万人次 直接受益，2.47 亿人次 间接受益 <p>截止报告期末</p> <ul style="list-style-type: none"> 直接受益人次累计达 66.51 万人次，间接受益人次累计达 3.65 亿人次 |

成立珀莱雅公益基金会

2023 年，珀莱雅捐资发起浙江珀莱雅公益基金会（以下简称“珀莱雅基金会”“基金会”）。基金会以“汇聚爱的力量，让世界因爱而美”为愿景，以“让更多人拥有美好的生活”为使命，重点关注“推动教育发展”探索社会创新”驰援应急救援”“助力员工公益”等公益方向。

管理进展概述

基金会在公益慈善方面的工作与贡献获社会认可。报告期内，基金会荣获首届“西湖慈善奖 - 慈善榜样”及被杭州市西湖区慈善联合会总会授予第三届副会长称号。

公益慈善开展情况及成果 >

| 公益领域 | 工作情况及成果 |
|--------|--|
| 推动教育发展 | <ul style="list-style-type: none"> 联合上海真爱梦想公益基金会开展“去远方”研学旅行公益项目。在“去远方”研学旅行公益项目——珀莱雅专场为孩子讲解化妆品研发、生产、上市的全生命周期涉及的知识 向珀莱雅希望小学捐赠 40 万，用于升级校园设施、校园硬化项目、和铺设塑胶操场 正式启动“一县一梦想”公益项目，计划在且末县 10 所中小学开展运动梦想课、升级学校运动设施、举办体育赛事、提升当地体育教师专业能力、助力学生全身心健康发展 |
| 探索社会创新 | <ul style="list-style-type: none"> 在西湖区慈善联合会总会成立珀莱雅「美力绽放」女性关爱行动慈善信托项目，开展女性创业技能培训、女性领导力、护肤美妆课堂等，为女性开拓更多就业、成长机会 |
| 驰援应急救援 | <ul style="list-style-type: none"> 协同珀莱雅公司相关部门向甘肃省临夏州积石山县捐赠价值 200 万元的应急食品、御寒物资、女性护理包及日化用品等物资，支持当地抗震救灾工作，为受灾群众提供生活保障 |
| 助力员工公益 | <ul style="list-style-type: none"> 在世界地球日，发起“美好行动、让地球因你而变美”主题活动，通过倡导、旧物改造环保主题观影活动，鼓励员工参与环保公益、低碳行动。 发起“爱在益起 珀见新生”公益主题宣传，呼吁员工积极参与公益项目 发起“哈基米冬日温暖计划”，倡导员工为“毛孩子”捐赠物资及参与义工活动 |

亮点案例

“去远方” 研学旅行

2023 年 8 月，“去远方” 研学旅行项目——珀莱雅站专场活动在杭州珀莱雅总部大楼成功举办。带着对美妆公司的好奇和憧憬，几位来自甘肃陇南的孩子，与珀莱雅项目组共同开启了为期半天的企业研学活动。

从了解企业发展，亲临研发创新中心，到动手体验口红制作，观摩新媒体和直播工作岗，再到学习护肤知识、感受艺术氛围，珀莱雅为孩子们打开美好之门的同时，也为孩子们种下一颗“发现美、体验美、创造美、传播美”的种子，愿这颗“美”的种子勇敢地生根、发芽，引领他们追寻更美好的人生。



△ 珀莱雅站活动现场

“一县一梦想” 公益项目

2023 年 9 月，“一县一梦想” 公益项目于新疆巴音郭楞蒙古自治州且末县第一小学正式启动。

“一县一梦想” 是珀莱雅与真爱梦想公益基金会深度合作项目，该项目通过在且末县 10 所中小学开设运动梦想课，改造学校运动场建设、举办体育赛事，帮助边疆教育地区系统化地提升体育教师专业能力和职业精神，帮助学生加强体育锻炼和身心发展。



△ 珀莱雅“一县一梦想” 公益项目

珀莱雅「美力绽放」女性关爱行动

2023 年，珀莱雅在西湖区慈善联合总会成立珀莱雅「美力绽放」女性关爱行动，通过开展女性创业就业技能培训、女性领导力、护肤美妆课堂等多个领域学习，关注女性家庭关系、职场人际、心理健康和情绪管理等方面，提供专业心理辅导，帮助她们拓宽视野，建立成长的思维意识。

同时，珀莱雅将动员更多社会力量参与到关爱和支持女性成长行动中，希望能为女性开拓更多就业机会及个人成长空间，帮助女性提高自我认同感，提升成长内驱力及外在竞争力。



△ 珀莱雅「美力绽放」女性关爱行动

珀莱雅公益基金会驰援甘肃地震灾区

2023 年 12 月，甘肃临夏州积石山县发生 6.2 级地震，珀莱雅基金会第一时间启动应急响应机制，协同珀莱雅公司相关部门，快速组织、调配、采购和运输物资。

基金会重点采购了清真应急食品、保暖御寒衣物、应急帐篷、取暖电器、女性护理包及日化用品等救援物资，为当地受灾群众提供生活保障。截至报告期末，基金会共向灾区捐赠 200 万元应急救灾物资。



△ 珀莱雅公益基金会捐赠物资

倡导与共建美好社会

在珀莱雅看来，一个品牌的美不仅源于其产品所创造的外在魅力，更在于其对社会议题的深切关注与积极贡献。我们深知，企业的存在与发展无法脱离其所处的社会环境与人文脉络，因此，关注并投身于公益事业是珀莱雅作为行业领先化妆品公司不可推卸的责任与内在驱动力。我们坚信，每一家企业都有力量成为推动社会进步、传播发展力量的一份子，通过自身行动影响和改变世界。

多年来，珀莱雅在社会倡导方面持续深耕，倾心打造了一系列围绕核心公益主题的品牌营销活动。报告期内，我们继续聚焦“性别平等”“爱与亲密关系”“青春与成长”“心理健康”四大主题，倡导“打破性别偏见；勇敢面对爱与亲密关系的真实面貌；关注校园霸凌，支持青少年健康成长；正视情绪体验，关爱与接纳自我”等价值观。

这一系列社会倡导与公益的实践，不仅是珀莱雅品牌文化的重要组成部分，更是我们与消费者和社会大众建立深度连接的情感纽带。我们将持续坚守这份承诺，将公益精神深深烙印在品牌发展的每一步足迹上，与我们所在乎的群体共同书写一个更加美好、包容且充满爱的世界。



「性别平等」

性别不是边界线
偏见才是



扫码观看

2023年，珀莱雅延续「性别不是边界线，偏见才是」这一视角，再向前迈进一步，通过实实在在的行动，去传递品牌态度：直面真问题、看到真实践、提供真支持。

《女帅男兵》主题短片倡导

2023年三八国际劳动妇女节，珀莱雅延续「真实 her-story」的创作原则，再一次向公众传达性别平等和女性权益的话题。

珀莱雅特别策划真实故事改编的主题 TVC《女帅男兵》，并推出主题曲《再来！女孩》，借助藏族女孩小玛在大学新生足球队当队长的故事，向消费者展现新一代年轻女孩身上明亮的勇敢和面对偏见时抗争的勇气，让我们看到女性也可以在球场上驰骋，可以不畏惧身体对抗，可以出色地领导一支球队赢得胜利。

主题 TVC《女帅男兵》对突破性别偏见和刻板印象的呈现，印证了珀莱雅一直倡导的理念——性别不是边界线，偏见才是。我们需要在生活中真正打破陈旧的性别偏见为我们框定的界限，才能触碰到完整的自己，发掘自己的潜力。



《女帅男兵》主题短片

报告期内，主题 TVC《女帅男兵》播放量逾 677 万，全平台讨论数逾 68 万。



扫码阅读

《我们都可以》性别教育绘本

珀莱雅制作了全年龄段可读的性别教育绘本《我们都可以》，在继续探讨性别问题的同时也让我们反思性别教育的重要性，传递珀莱雅“打破性别边界线”的愿景，将性别平等的理念深植于越来越多人的内心。

通过性别教育绘本《我们都可以》，珀莱雅希望更多人注意到生活中那些被隐藏起来的偏见，鼓励我们穿过偏见的边界去真正看到身边的每个人，希望儿童和青少年能够从这个绘本中得到性别平等的启蒙，也希望成年人能够从这个绘本中获得一些反思，探讨要如何建设尊重、包容、多元、安全的性别社会。报告期内，共印发 110,000 册《我们都可以》绘本。



《我们都可以》性别教育绘本

法律咨询服务

珀莱雅希望「对抗性别偏见 打破刻板印象」的讨论不止在三月，而是「从这一天到每一天」。珀莱雅携手北京千千律师事务所上线「珀莱雅公益服务」小程序，为遭遇性别偏见的劳动者提供法律咨询服务，帮助更多受到性别偏见的人群拿起法律的武器保护自己，在职场中遇到任何不公对待的女性，都可以在这里获得专业法律工作者的帮助。报告期内，“珀莱雅公益服务”小程序为 966 人提供法律解答；其中，为 87 名咨询者提供公益法律咨询服务。



珀莱雅公益劳动者法律咨询服务

「爱与亲密关系」 敢爱，也敢不爱



扫码观看

珀莱雅深入洞察爱与亲密关系的重要性，并致力于探讨如何在这些关系中倾听内心的声音、勇敢地做出选择。我们关注个体如何在亲密关系中实现自我成长，并鼓励人们以真诚和勇气去追寻那份与心灵深处的共鸣。

2023 年七夕，珀莱雅邀请网友留言分享真实的恋爱故事，讨论爱情中的自我和边界感。以用户的留言故事为灵感，珀莱雅携手网易云音乐、金玟岐特别呈现七夕爱情主题曲《我要的幸福》，致敬爱情中关于「自我」的经历和思考。



同时，珀莱雅通过 3 分钟的七夕主题短片《敢爱，也敢不爱》，把镜头对准爱的感知。以「爱情，真的还存在吗」的疑问开场，通过一个个与「爱」相关的故事，把爱面临的诸多迷思——讲给你听，结尾扣回「爱情，真的还存在吗」的落脚点上，并给出珀莱雅式的答案——「当你勇敢尊崇自己的内心，当你敢爱，也敢不爱，爱情，始终存在。」，同时，珀莱雅印发《了解亲密关系中的自我》测试卡片，帮助大家进一步了解亲密关系中的自我。



《我要的幸福》主题短片

报告期内，公益短片《敢爱，也敢不爱》全平台总播放量逾 2,179 万、全平台总讨论数逾 46 万，印发 1.9 万《了解亲密关系中的自我》测试卡片。

「爱与亲密关系」 世上不止妈妈好



扫码观看

2023 年母亲节，珀莱雅继续关注妈妈们的境遇，关注家庭责任中那些看得见的体力劳动和看不见的精神劳动，并在母亲节这一天，珀莱雅呼吁我们一起正视传统家庭劳动关系中妈妈的辛苦和困境，并提出品牌态度提出「有些好，妈妈做得到，但世上不该只有妈妈好」，通过主题 TVC《世上不止妈妈好》、创意周边「全家人的围裙」、创意海报，并改编儿歌《世上不止妈妈好》，呼吁每个家庭成员不仅可以看得到「妈妈的好」，也可以共同承担起家庭责任。



《世上不止妈妈好》主题短片



《世上不止妈妈好》主题海报

「青春与成长」

萤火计划



扫码阅读



扫码观看

2023 年, 珀莱雅延续反校园霸凌公益行动——「萤火计划」, 推出反校园霸凌公益短片《校园霸凌后遗症》不仅关注正在遭受霸凌的孩子, 更关注霸凌对孩子造成的长远影响。珀莱雅通过三个由真实经历改编的故事, 重点聚焦校园霸凌后遗症群体, 呼吁反对校园霸凌。



珀莱雅「萤火计划」公益海报

珀莱雅以超细微与超敏锐的洞察力, 深入“校园霸凌”问题核心, 点亮视野盲区, 通过“长大了就会好吗”沉重提问, 呼吁大众关注遭受过校园霸凌事件人群的现状, 并提供力所能及的帮助。同时, 特别推出《不是你的错》校园霸凌后遗症疗愈指南实体书, 呼吁社会一起认知校园霸凌, 并了解预防和应对措施。



《不是你的错》校园霸凌后遗症疗愈指南

珀莱雅与北京新阳光慈善基金会合作, 搭建珀莱雅「萤火计划」反校园霸凌公益专线, 为校园霸凌受害者及其家庭提供公益心理疏导与公益法律咨询。同时, 珀莱雅在微博发起 # 谁霸凌 谁有错 # 话题讨论, 持续在各大平台发声, 将呼吁转化为行动, 扩大活动影响范围。



珀莱雅「萤火计划」反校园霸凌公益专线

报告期内, 公益短片《校园霸凌后遗症》全平台总播放量逾 4,441 万、全平台总互动量逾 6,211 万。反校园霸凌公益专线为 353 名校园霸凌受害者及其家庭提供公益心理辅导; 其中为 27 名校园霸凌受害者及其家人提供公益法律咨询。印发 15,000 册《不是你的错》校园霸凌后遗症疗愈指南。

「心理健康」 回声计划



2023 年 10 月 10 日世界精神卫生日，珀莱雅继续开展「回声计划」青年心理健康公益行动，推出了青年心理健康公益片《此刻，和情绪 _____》，主张「情绪面前我们不是一个人」，号召“不必为自己的情绪感到羞耻”，鼓励消费者再往前迈进一步，听见自己内心的声音，尝试打开情绪的出口。

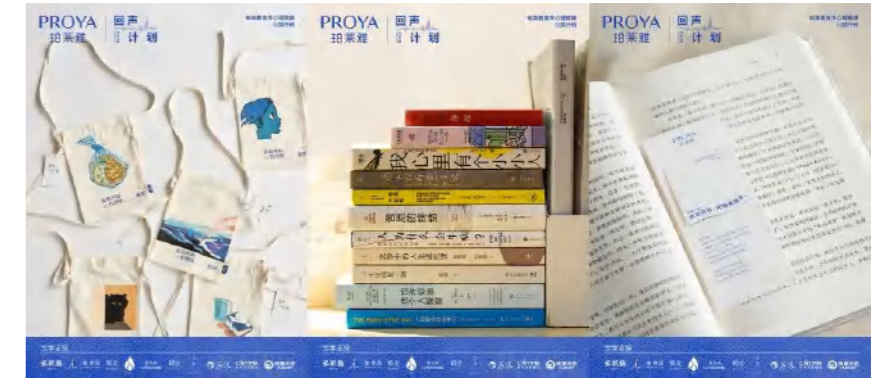


^ 《此刻，和情绪 _____》公益宣传片

除此之外，珀莱雅联合多抓鱼及 9 家出版机构共创情绪疗愈书单和图书盲盒，心选 11 本情绪之书，用 10,000 个情绪软软兜，打包成「一兜·回声书」送给读者。同时珀莱雅与腾讯音乐共同发起校园公益音乐会等，多方面为大家提供和情绪相处的方式。



^ 「让情绪发声」校园公益音乐会



^ 「一兜·回声书」活动

珀莱雅不断深化对心理健康问题的理解和呈现方式。从关注情感问题的存在，演化到鼓励情感表达和释放，最终提供实际支持。「回声计划」绵延三年的演化与深入不仅体现了珀莱雅对心理健康问题的长期关注，同时也强调了公司对大众的长期承诺。



^ 珀莱雅「回声计划」心理倾诉公益专线

报告期内，《此刻，和情绪 _____》青年健康公益片全平台总播放量逾 5,249 万、全平台总讨论数逾 21 万。「让情绪发声」校园公益于 6 座城市 30 所高校开展，现场参与人数逾 3 万。

2023 ESG 管理实践报告

环境责任

亮点绩效



环境管理体系

珀莱雅严格遵守《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》《危险化学品安全管理条例》等法律法规及相关规定，遵循“节能、降耗、减排、增效”的环境管理方针，不断优化环境风险管理，确保本公司的生产经营符合相关法律法规和标准。公司制定覆盖各环境影响因素的管理文件，在生产运营中贯彻各项管理制度的落实，保证环境相关风险得到有效控制。

报告期内,公司的资源使用对环境无重大影响,足额缴纳环境保护相关税费,未发生违反环境保护相关法律法规的事件。

获得环境管理体系认证情况 >

| 公司 / 生产基地名称 | 认证名称 | 认证有效期 |
|-------------|-----------------|-----------|
| 护肤工厂 | ISO 14001: 2015 | 2025.2.14 |

各环节主要环境影响分析¹ >

| 环节 | 输入 | 输出 |
|--------|--|--|
| 采购环节 | <ul style="list-style-type: none"> * 各类供应商的生产经营需消耗原材料、能源、水资源 | <ul style="list-style-type: none"> * 各类供应商生产经营产生废水、废气、固体废弃物、温室气体(范围三) |
| 生产研发环节 | 产品成分与包装 <ul style="list-style-type: none"> • 资源: 原材料、包装物料 | <ul style="list-style-type: none"> • 温室气体(范围一、范围二) • 废气: 挥发性有机物(VOCs)、氮氧化物(NOx)、油烟 |
| | 产生蒸汽制膏工艺加热 <ul style="list-style-type: none"> • 能源: 天然气 | <ul style="list-style-type: none"> • 废水: 化学需氧量(COD)、氨氮含量(NH₃-N) |
| | 空调制冷 / 生产动力 / 照明 <ul style="list-style-type: none"> • 能源: 外购电力、自建光伏发电 | <ul style="list-style-type: none"> • 一般废弃物: 废弃包装物、过期产品、废滤膜和过滤网、污水站污泥、生活垃圾、食堂泔水 |
| | 产品成分用水 / 工艺介质 / 清洗 <ul style="list-style-type: none"> • 水资源: 市政供水 | <ul style="list-style-type: none"> • 有害废弃物: 实验室危险试剂、废机油、废油墨等 |

¹ 标记 * 的环境影响不在本报告的报告范围内

各环节主要环境影响分析¹
续表 >

| 环节 | 输入 | 输出 |
|-----------|--|--|
| 分销与仓储物流环节 | <ul style="list-style-type: none"> 资源：用于运输中转的包装物料 能源：货运车辆消耗的汽油、柴油；仓库运营使用的外购电力（包括第三方承担部分²） *经销商运营消耗的能源、资源 | <ul style="list-style-type: none"> 温室气体（范围一、范围二、范围三） 一般废弃物：废弃包装物、生活垃圾 |
| 产品使用与废弃 | <ul style="list-style-type: none"> * 消费者产品使用过程中消耗水资源和能源（产生热水） * 废弃物处置单位的生产经营会消耗能源和水资源 | <ul style="list-style-type: none"> * 消费者使用产品后会产生一般废弃物 * 废弃物处置单位的生产经营会产生废水、废气、温室气体（范围三） |
| 办公运营 | <ul style="list-style-type: none"> 能源：外购电力、自有车辆消耗的汽油 水源：市政供水 | <ul style="list-style-type: none"> 废水：生活废水 无害废弃物：生活垃圾 温室气体（范围一、范围二） |

珀莱雅湖州工厂整体以 GMP 标准设计建造，生产车间所有净化区域均达到了化妆品洁净区环境控制标准，智能仓储中心全面优化了数据与机器人驱动的自动化系统，最大化促进生产循环健康生态化，达到公司降本增效战略目标。2023 年 9 月，珀莱雅湖州工厂荣获“2023 年浙江省级绿色低碳工厂”称号。

² 第三方承担的部分不在本报告的报告范围内

气候变化减缓与适应

温室气体排放来源识别 >

珀莱雅密切关注全球气候变化态势，高度重视气候变化的管理。珀莱雅将“气候变化减缓与适应”纳入公司 ESG 管理的实质性议题中，由董事会对公司的 ESG 事宜包括气候变化议题开展监督与管理，相关职能部门和业务部门将气候变化的管理纳入日常工作重点之中。2023 年，公司填报了全球环境信息研究中心 (Carbon Disclosure Project, 简称 CDP) 气候变化问卷，获得“B”等级，体现了公司在可持续发展和气候行动方面的有效管理。

公司的温室气体排放主要来源于产品全生命周期的温室气体排放，以及少量办公运营中产生的温室气体排放。基于对温室气体排放来源的识别，公司在《珀莱雅可持续发展战略规划》中制定温室气体减排目标，并于每年度统计温室气体排放数据，评估公司应对气候变化管理的绩效水平。

| 温室气体排放环节 | 主要能源消耗 | 温室气体主要来源 |
|----------|---|---|
| 原材料采购 | <ul style="list-style-type: none"> 原材料生产和运输消耗的能源 | <ul style="list-style-type: none"> 原材料生产和运输产生的范围三排放 |
| 生产 | <ul style="list-style-type: none"> 电能 天然气 | <ul style="list-style-type: none"> 电能消耗产生的范围二排放 天然气、自有车辆汽油、柴油消耗产生的范围一排放 |
| 产品分销 | <ul style="list-style-type: none"> 电能 货运车辆消耗的汽油、柴油 | <ul style="list-style-type: none"> 自有仓库消耗电能产生的范围二排放 第三方仓库和货车产生的范围三排放 |
| 产品使用与废弃 | <ul style="list-style-type: none"> 产品使用过程中用水消耗的能源 废弃物回收、处置消耗的能源 | <ul style="list-style-type: none"> 范围三排放 |
| 办公运营 | <ul style="list-style-type: none"> 电能 自有车辆汽油、柴油 | <ul style="list-style-type: none"> 电能消耗产生的范围二排放 |

温室气体减排目标 >

| 日期 | 具体目标 |
|----------|---|
| 到 2025 年 | <ul style="list-style-type: none"> 使用清洁能源的比例达 50%，实现自身运营碳达峰 以 2021 年为基准，单位产品温室气体排放量（范围一、二）下降 25%，自身运营（范围一、二）碳达峰 通过价值链减碳倡议和激励，推动所有战略合作伙伴碳排放降低 |
| 到 2030 年 | <ul style="list-style-type: none"> 实现自身运营净零排放 |
| 到 2045 年 | <ul style="list-style-type: none"> 实现全价值链碳中和 |

温室气体减排行动 >

| 行动类别 | 行动措施 | 成果 |
|----------|--|--|
| 开展节能技改 | <ul style="list-style-type: none"> 有序开展清洁生产、节能技改工作 | <ul style="list-style-type: none"> 减少温室气体排放 177.21 吨二氧化碳当量 |
| 使用清洁能源 | <ul style="list-style-type: none"> 使用绿电 6,121.42 兆瓦时 增设新仓库楼顶光伏，安装面积为 38,197 平方米，光伏装机规模 2,000 千瓦，年发电量约为 2,000 兆瓦时，报告期内光伏发电用电量 2,197.53 兆瓦时 截至报告期末，工厂叉车已全部替换为新能源叉车 | <ul style="list-style-type: none"> 减少温室气体排放 4,744.30 吨二氧化碳当量 |
| 包装减量和替换装 | <ul style="list-style-type: none"> 珀莱雅红宝石面霜 3.0 相较于 2.0 简化包装设计，报告期内减少塑料使用约 100.49 吨 珀莱雅双抗焕亮精华液改用替换装设计，报告期内减少塑料使用约 107.97 吨 | <ul style="list-style-type: none"> 减少温室气体排放 650.42 吨二氧化碳当量 |

针对原始设备制造商 (Original Equipment Manufacturer, 简称 OEM)、原始设计制造商 (Original Design Manufacturer, 简称 ODM) 工厂, 我们与之主动开展沟通协作, 挖掘产品生产过程中的减碳潜力。报告期内, 某 OEM 工厂运用自动化产品减少电力消耗, 每年节约电力约 28 兆瓦时。

针对原材料供应商, 我们向供应商宣导减碳政策, 探索建立供应商碳排放数据收集和评估体系, 优先选用碳排放少的供应商。报告期内, 公司的供应商碳数据收集已覆盖 156 家供应商, 占原材料供应商的 90% (合作金额)。

温室气体排放绩效 >

此外, 报告期内, 珀莱雅电商快递箱 (2023 年 5 月 1 日 -2023 年 12 月 31 日) 已由供应商通过碳抵消的方式实现碳中和, 减少了产品在分销与运输环节的碳足迹。

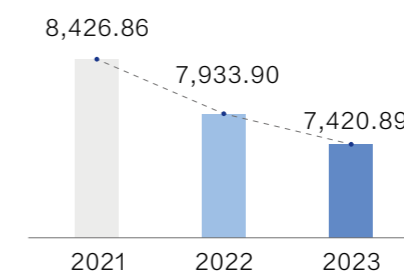


^ 碳中和证书

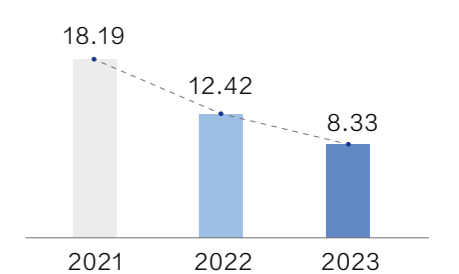
在销售环节, 我们的各门店在装修时均选用最佳节能方案, 减少使用中的碳排放。我们的各销售合作伙伴也广泛开展减碳行动, 例如海宁银泰百货已安装光伏发电设施, 以光伏发电替代部分传统能源使用。

报告期内, 珀莱雅与十大战略合作伙伴就《珀莱雅可持续发展战略规划》达成共识, 发布“携手零碳 美力同行”减碳宣言, 承诺到 2025 年实现自身碳排放降低。

近三年温室气体 (范围一、范围二) 排放量 (吨二氧化碳当量)



近三年万元温室气体 (范围一、范围二) 排放量 (千克二氧化碳当量 / 万元)



资源使用节约

能源管理

公司生产经营活动及办公中直接或间接消耗的能源为电能、天然气、汽油与柴油。珀莱雅制定《节电管理制度》《天然气泄漏应急预案》等能源管理制度，并不断提高能源使用效率、优化能源使用结构。

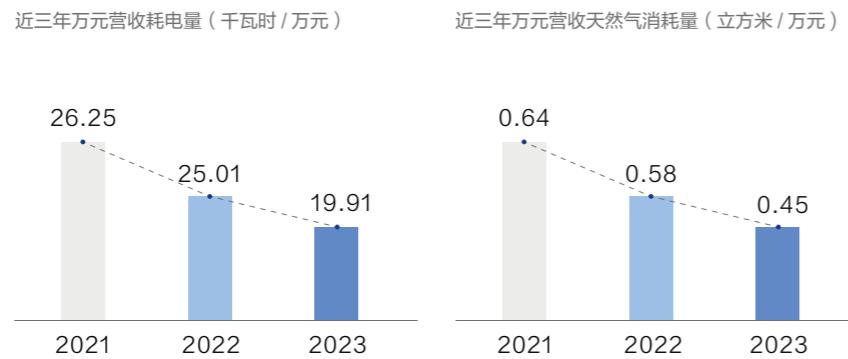
生产经营环节新增节能减排措施与成效 >

| 主要措施 | 成果绩效 |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> 增加配套冷却塔，杜绝机组冷凝器换热管结垢，机组运行效率提升 10% | <ul style="list-style-type: none"> 改造后年平均节约用电 120 兆瓦时 |
| <ul style="list-style-type: none"> 增加了一组（三工位）储罐 CIP 装置。减少了与储罐清洗配套的锅炉、空调系统单独加班运行导致的天然气和电能消耗 | <ul style="list-style-type: none"> 改造后年平均节约天然气 36,000 立方米，节约用电 72 兆瓦时 |

在日常办公中，公司倡导绿色办公理念。珀莱雅严格遵守《珀莱雅大厦日常节电方案》和《珀莱雅大厦有序用电管控方案》，鼓励员工在离开公司时关闭灯光空调，避免能源浪费。在满足员工基本需求的前提下，关闭部分办公区域空调和减少地下区域过度供亮等措施，降低办公电力消耗。

报告期间，公司清洁能源使用占比达 35.35%，万元营收耗电量下降 20.39%，万元营收天然气消耗量下降 22.81%。

能源管理绩效 >



水资源管理

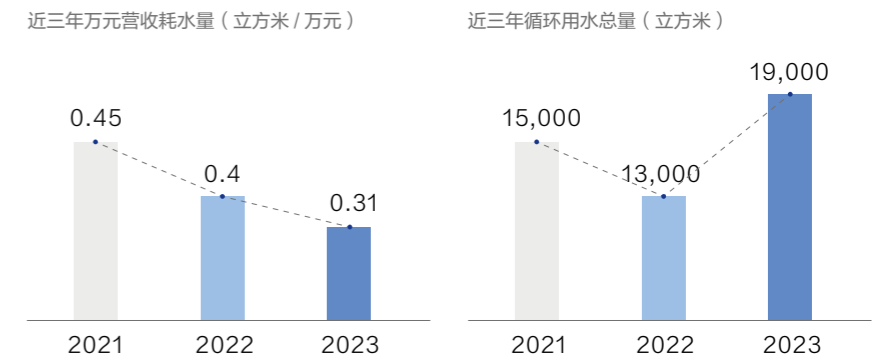
公司生产经营过程中的水资源使用主要来自市政供水，在求取水源方面对环境无重大影响。湖州护肤工厂建立了节水管理领导小组，由节水管理领导小组统筹节水管理工作，建立用水节水考核奖惩机制，完善用水计量体系，规范用水行为，推动水资源利用效率的不断提升。

2023 年，湖州护肤工厂开展水平衡测试分析，分析节水潜力并制定节水改进方案。报告期内，珀莱雅湖州工厂获得湖州市 2023 年节水型企业荣誉。

主要节水措施与成效 >

| 行动策略 | 成果绩效 |
|-------|---|
| 水平衡测试 | <ul style="list-style-type: none"> 湖州护肤工厂开展水平衡测试，全方面了解用水现状，绘制出水量平衡图，分析节水改进措施 |
| 水循环利用 | <ul style="list-style-type: none"> 冷却水循环利用：湖州护肤工厂车间冷却用水建有冷却水循环水池，冷却水重复利用，定期排放 污水过滤回用：建设污水处理系统，该系统通过过滤处理，可以将中水回用至厕所冲水及景观水池补水，减少新鲜水取水量 纯水制备浓水回用：纯水制备机组产生的浓水回用至厕所冲水及景观水池 蒸汽冷凝水回用：蒸汽冷凝水收集回用至清洗工序，有效利用蒸汽余热和水资源 |
| 设备升级 | <ul style="list-style-type: none"> 通过 CIP 高效储罐自动清洗系统，年节约用水 2,000 吨 |

水资源管理绩效 >



原材料管理

公司使用的原材料主要包括产品的基质原料、功能性成分、活性成分、添加剂、包装材料等。我们对原材料的管理包括原材料使用节约、原材料的可持续采购、原材料品质管理、包装可持续属性提升等关键环节。

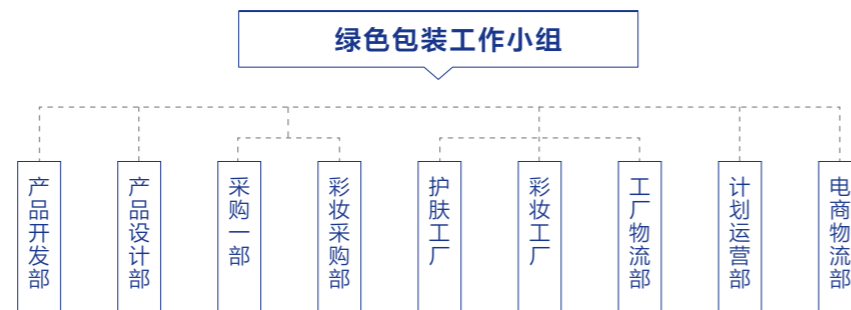
在原材料使用节约方面，公司推行卓越绩效和精益管理，鼓励员工在生产中随时提出改善建议，减少废品率，从而提高原材料使用效率。我们收集员工反馈的改善建议，并定期表彰。

此外，有关“原材料可持续采购”的管理，请见本报告“可持续采购”章节；有关“原材料品质管理”，请见本报告“产品质量与安全”章节；有关“包装可持续属性提升”的管理，请见本报告“绿色包装”章节。

绿色包装

公司的绿色包装管理与实践涵盖生产全流程涉及到的多种产品包装，如制成品包装、中间体包装、仓储物流包装等。公司立足于 3R (reduce 轻量化；reuse 重复利用；recycle 可回收) 的可持续包装设计路径，致力于从源头减少包材的使用，进一步实现包装轻量化，提高包装使用率和可回收率。

绿色包装工作小组架构 >



绿色包装管理环节 >



包装设计

- 在包装设计阶段，通过包装减量、包材升级、替换装、易回收包装等设计，降低一次性塑料包装使用量，提供包装回收率



包装采购

- 在包装采购阶段优先采购可持续包装



工厂生产

- 在工厂生产阶段，对内部物流使用的包装及容器进行回收利用和材料替换，降低包装废弃物产生



仓储物流

- 在仓储物流阶段，通过循环利用、包装设计升级等方式，降低纸箱及一次性塑料使用量

绿色包装主要行动 >

| 路径 | 行动与成果 |
|--------------------|---|
| Reduce 轻量化 | <ul style="list-style-type: none"> 红宝石面霜 3.0³ 简化包装设计：相较红宝石面霜 2.0，红宝石面霜 3.0 的包装减重 22% 针对红宝石面霜 3.0 产品开发替换装，相较原设计，每个替换装产品可减少塑料使用逾 100 克 |
| Reuse 重复利用 | <ul style="list-style-type: none"> 将循环箱推广至直营旗舰店全国分仓（天津 / 广州 / 成都 / 武汉 / 杭州 / 湖州 / 长沙），全年累计替换发出 52.9 万个，相当于节省纸质包装约 500 吨 工厂通过移动不锈钢储罐代替塑料蓝桶和 PE 内袋使用，减少了 13,500 个 塑料 PE 内袋的消耗 在东北、西北地区使用循环冬季保温箱替代一次性泡沫箱运输货物，年使用量 3,500 个 |
| Recycle 可回收 | <ul style="list-style-type: none"> 珀莱雅参与银泰百货塑料品回收计划，倡导消费者回收塑料瓶，提高循环利用意识 |

此外，我们在产品及包装设计中融入我们的环保理念，并通过微博、小红书和海外平台等多渠道宣传产品的可替换装设计和空瓶改造，向消费者宣传产品包装替换再利用的功能，提高消费者的环保意识。

³ 红宝石面霜 3.0 涵盖赋能鲜颜淡纹紧致滋润霜、赋能鲜颜淡纹紧致轻润霜、赋能鲜颜淡纹紧致轻盈霜三款面霜。

引导可持续消费措施 >



功能设计

- 开发、上市产品替换装，鼓励消费者购买替换装，减少不必要的包装废弃物产生
- 使用可循环使用的包装材料，提高包装的可循环属性

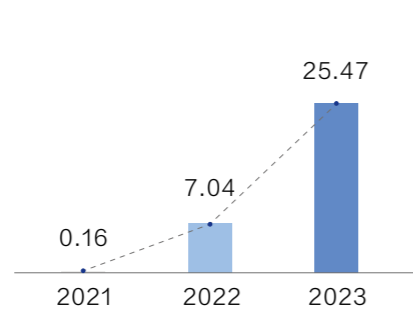


使用引导

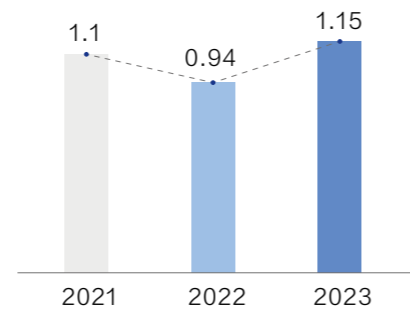
- Off&Relax、悦芙媞分别发起旧瓶改造行动，倡导消费者循环再利用瓶身，提升瓶身再利用性
- 珀莱雅参与银泰百货塑料品回收计划，倡导消费者回收塑料瓶，提高循环利用意识

包装管理绩效 >

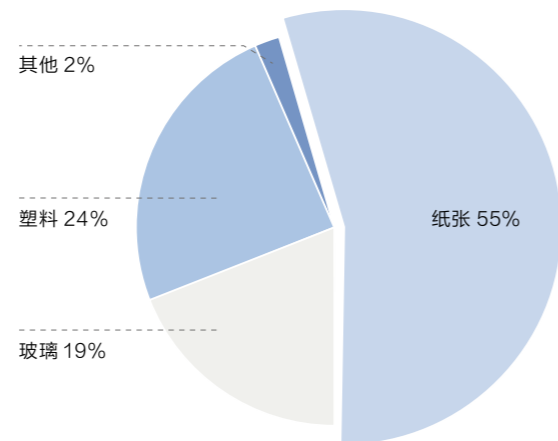
可持续包装材料使用比例 (%)



包装使用强度 (吨 / 万件)



2023 年包装种类使用重量



排放与废弃物

废水及废气排放

公司产生的废水主要来源于生活污水和生产废水，经公司厂区污水处理站后出水至景观水池或纳管排放；产生的废气主要来源于锅炉。公司制定《污水处理管理制度》《锅炉管理制度》等管理文件，严格管理废水、废气排放。**报告期内，公司的废水、废气全部达标排放。**

废水与废气排放标准与主要控制指标 >

| 类别 | 遵守的排放标准 | 主要控制指标 |
|----|--|---|
| 废水 | • 《污水综合排放标准》(GB8978-1996) | • 五日生化需氧量 (BOD ₅) 300mg/L、化学需氧量 (COD _{Cr}) 500mg/L、悬浮物 400mg/L、氨氮 35MG/L、动植物油 100mg/L 等 |
| 废气 | • 《大气污染物综合排放标准》(GB16297-1996) • 《锅炉大气污染物排放标准》(GB13271-2014) | • 氮氧化物 50mg/lm ³ 、颗粒物 20mg/m ³ 、二氧化硫 50mg/m ³ |

废水与废气排放主要管理措施 >

| 污染物类别 | 管理措施 |
|-------|--|
| 废水 | <ul style="list-style-type: none"> • 构建污水处理系统，确保处理后的污水达到高度净化、循环使用 • 配置 Multi Vision COD 在线自动监测仪，24 小时监测处理后水体中的 COD • 报告期内，湖州工厂新增污泥压滤装置，有效清理出水中的有机物质，进一步提升污水处理水平，确保废水排放始终达到 A 级标准 • 报告期内，根据地下管道闭路电视系统 (CCTV 检测) 对厂区内部分损坏雨污管段进行开挖更换修复并进行复测 |
| 废气 | <ul style="list-style-type: none"> • 制膏废气处理设施，主要降低粉尘及有机废气的排放，投入使用后粉尘收集率可达 99%，有机废气去除率达 75% • 高精密的 VOCs 气体收集装置，有效降低企业无组织气体排放量 |

固体废弃物

公司妥善处理生产经营中产生的固体废弃物。公司对固体废弃物宏观管理，工厂申请登录浙江省固体废物监管信息系统平台，对危废产生量进行每年预申报，对生产危废处置单位进行平台公开招标，危废申请处理也在系统平台进行，实现了固体废物全过程数据跟踪与风险预防功能。

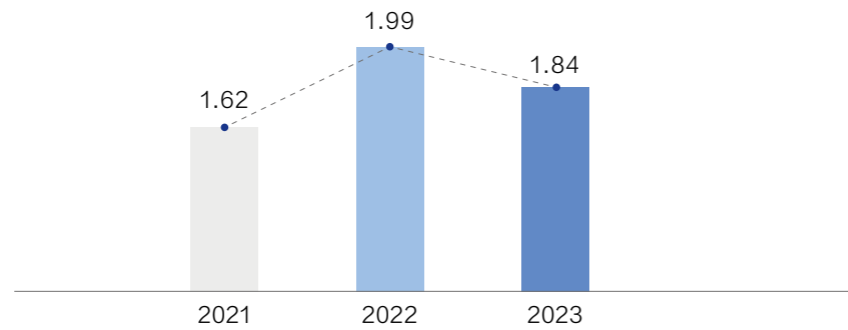
报告期内，湖州工厂污泥压滤装置可将污泥生成量减少 75%，全年约减少污泥生成量 540 吨。

固体废弃物处理主要措施及执行标准 >

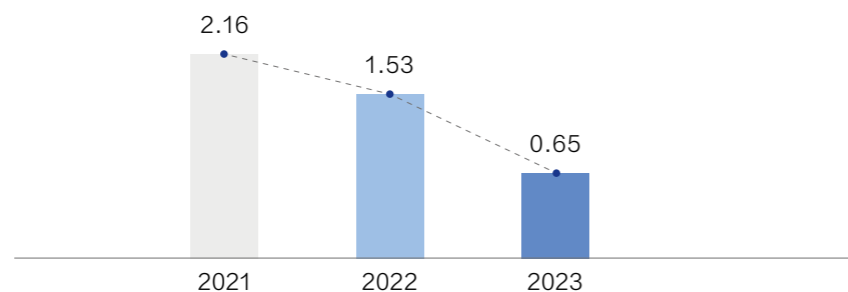
| 类别 | 废弃物 | 主要处理措施 | 参考标准 |
|-------|---|--|--|
| 一般废弃物 | <ul style="list-style-type: none"> 生活垃圾、纸箱、胶带、膜、纸等 内衬袋、过期产品、废滤膜和过滤网、污水站污泥、生活垃圾、食堂泔水 | <ul style="list-style-type: none"> 收集后循环利用或出售 交由有资质的机构定期处理 | <ul style="list-style-type: none"> 《生活垃圾焚烧污染控制标准》(GB18485-2014) |
| 危险废弃物 | <ul style="list-style-type: none"> 实验室危险试剂、废机油、废油墨 | <ul style="list-style-type: none"> 交由有资质的机构定期处理 | <ul style="list-style-type: none"> 《危废鉴别标准》(GB5058.7-2019) |

固体废弃物排放绩效 >

万元营收一般废弃物排放量 (千克 / 万元)



万元营收危险废弃物排放量 (克 / 万元)

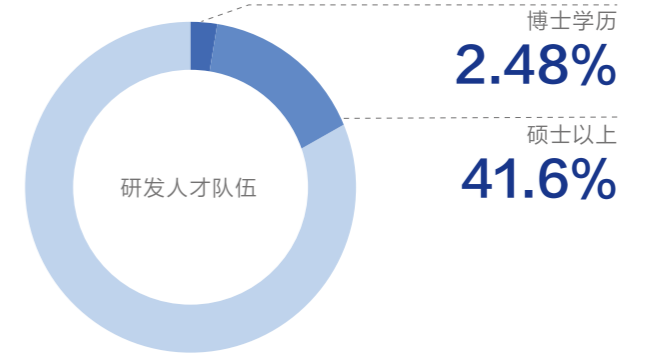


产品与客户责任

亮点绩效

研发投入占母公司营收⁴比重为 **4.13%**

产品健康与安全方面的违法违规事件为 **0**



研发创新

珀莱雅视创新研发为自身核心竞争力，搭建全面研发创新布局及管理体系。公司秉承“以消费者为中心”的理念，以皮肤科学为基础，深入融合消费者的需求，开展从原料端到成品端的研发，包含基础研究、配方开发、理化分析、原料及产品功效评估等。

2023 年，珀莱雅龙坞研发中心、珀莱雅上海研发中心正式投入使用，设有多个满足不同功能的实验室、配备先进实验仪器，支持公司自主研发能力提升。此外，公司在龙坞研究中心增设底妆实验室，提高底妆产品的研发力和产品力。公司持续增加研发投入，报告期内研发投入 17,357.01 万元，研发投入占母公司营收比重为 4.13%。

⁴ 此处“母公司营收”指珀莱雅化妆品股份有限公司的营收，不包括其下子公司的营收

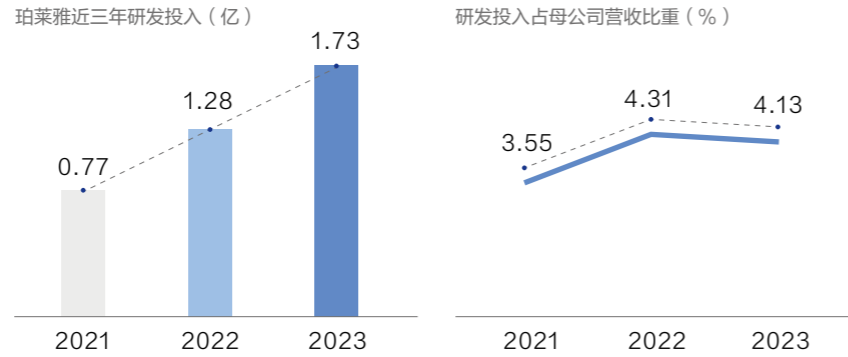
研发布局 >



技术平台运用及成果 >

| 技术平台 | 主要功能 |
|--------|--|
| 化学合成 | • 以已知功效靶点为基础，设计特定分子结构，并开展合成工作的探索 |
| 生物工程制造 | • 筛选特定微生物或筛选特定菌株，通过 AI 模拟、计算生物学实现功效成分的生物合成 |
| 植物提取 | • 以黄酮、多酚、多糖等特定植物成分为目标成分，通过提取技术实现纯化、富集功效产物 |

研发投入绩效 >



2023 年，公司的研发重点集中在化学合成、生物工程制造与植物提取技术平台建设三个板块，持续完善精准分析测试方法，支持新原料的研究、开发以及功效验证，提升研发效率。

公司拥有一支专业、多元的创新研发团队，背景涵盖皮肤科学、生物化学、生命科学、材料科学、医学、工业造型设计、心理学和统计学等不同学科的高层次科研人员。2018 年，公司授牌、成立“浙江省博士后工作站”，持续深化高层次人才培养。2023 年，公司研发团队的管培生项目，吸纳 32 名优秀学子加入研发团队，丰富人才储备。目前，研发人才队伍硕士以上学历占比 41.6%，博士以上学历占比 2.48%。公司对选定研发人才开展轮岗规划、研究内容互通、行业新技术及成果交流、专项研发培训等工作，提升其研发能力。

为充分激发研发人员创新积极性，公司持续完善人才激励措施，修订了《知识产权管理制度》等管理制度，设立论文及专利等相关奖励，鼓励研发人员提升科研能力，促进公司技术创新；同时，公司积极为符合要求的研发人员推荐专利研发课题、与高校合作、评选职称等机会，提升行业认可度。

公司重视外部研发合作，持续深化合作范围。在国际战略合作方面，公司与德国巴斯夫公司、西班牙国际胜肽世家 Lipo True、美国特种材料专家 Ashland 等多个全球科技实验室达成合作。在产学研融合方面，报告期内，公司与北京工商大学、浙江大学、江南大学等高校开展研究合作，并积极推动产学研融合。同时，公司积极参与行业交流，与行业分享自身实践案例，助力行业高质量发展。

外部合作成果 >

| 合作院校 | 论文成果 |
|----------|--|
| 北京工商大学 | • 《皮肤毛孔粗大机制及改善途径研究进展》 |
| 杭州电子科技大学 | • 《Ball-milling of titanium dioxide and zinc oxide for enhanced UV protection》 |
| 江南大学 | • 《植物环肽及其在化妆品领域的应用潜力》 |

2023 年，公司积极参与行业交流，例如 2023 全国中西医结合皮肤性病学术年会、IFSCC 国际化妆品科技大会等，与行业分享自身实践经验，助力行业的高质量发展。

研发创新亮点绩效与认可 >

报告期内，珀莱雅：

- 合计新申请 47 项专利，授权发明专利 15 项
- 实现 76 款新产品⁵上市
- 成功备案珀莱雅新原料成分“3,3,5-三甲基环己醇琥珀酸酯二甲基酰胺”
- 发表 2 篇期刊论文（英国 BAD 协会核心期刊《皮肤健康与疾病》和中国日用化工行业核心期刊《日用化学品科学》）、6 篇英文墙报（IFSCC2023，国际化妆品化学家学会联盟 2023 年会）
- 参与了《GB/T 43197-2023 化妆品中禁用组分酸性红 73 和溶剂红 1 的测定液相色谱-串联质谱法》《化妆品色谱分析结果确认准则》等 3 项国家标准、12 项团体标准的制定

截至报告期末，珀莱雅：

- 累计主导或参与制定国家标准 17 项、轻工行业标准 4 项、团体标准 26 项
- 累计获得有效专利 256 项，其中发明专利 122 项

⁵ 新产品指全新产品、配方升级产品、包装升级产品、微创新产品等

产品质量与安全

珀莱雅严格遵守《化妆品监督管理条例》《化妆品生产质量管理规范》《化妆品安全技术规范》等法律法规，从产品研发、生产到上市后的质量与安全保障开展产品全流程质量管理，确保产品的安全性、功效性。**报告期内，公司根据《化妆品监督管理条例》的新增要求，完成产品信息补录，确保产品的合规性。**

产品研发质量管理

在产品研发环节，公司重点关注原料与配方的安全性与功效性。公司制定《产品防腐效能测试流程》《人体斑贴测试流程》等制度，规范产品开发环节质量与安全控制，对新开发的产品配方、升级的原有配方、功能性及活性原料进行全面的评估，以保障产品安全与功效卓越。**报告期内，公司制定《新产品研发制度》，规范管理新产品的研发程序，实现研发流程程序化、规范化、以及高效化，提升管理能力。**

公司遵守国家化妆品注册备案要求，进行产品的理化微生物指标送检及安全性测试。公司在研发创新中心下成立分析测试部、产品评估部负责产品研发环节的质量评估，并设计完善的安全评估体系，例如：稳定性、防腐挑战测试、感官评估、离体功效评估、细胞毒性评估、临床测试评估等，以及皮肤科医生的测试。此外，公司开展人体斑贴测试、眼刺激性 / 腐蚀性的鸡胚绒毛尿囊膜试验、斑马鱼测试、乳酸刺痛模型检测等，减少化妆品引起人体皮肤不良反应的潜在可能性。

同时，公司积极开展体外评价方法的建立与开发，以替代动物性实验。国际科学研究院下设技术评估模块，针对重点的功效原料和产品开展安全和功效评价。我们在生化、分子、细胞、3D 模型等水平上建立了体外保湿、美白祛斑、舒缓抗炎、抗氧化、抗衰老等功效评价、以及毒理刺激等安全性评价等体外评价方法 20 余项，初步具备了进行抗衰、美白祛斑、舒缓、刺激等主要化妆品体外功效和安全评价、以及功效机理研究的能力。

产品生产质量管理

在产品生产阶段，珀莱雅以“过程把控 质量安全 客户满意”作为质量管控理念，建立完善的质量管理体系，制定《珀莱雅管理手册》《偏差控制制度》《不符合纠正措施控制程序》等制度，规范原材料、生产过程和产品出厂等各环节的质量控制和偏差管理，在各个环节设立质量目标、严控质量监测，全方位保障产品品质。护肤工厂、彩妆工厂负责产品生产质量管理，制定质量审计计划、确保产品生产环节质量管理达行业及公司既定标准。

报告期内，公司新增《创新原料安全检测仪管理制度》《润滑油管理制度》，修订《原料品质管理规范》《质量安全责任制》《质量管理体系自查制度》等管理制度，完善产品生产环节的质量管理，确保公司质量管理措施符合法律法规及行业标准。

质量管理体系认证 >

| 认证 | 认证范围 | 认证有效期 |
|----------------------------------|--------------|-------------------|
| ISO22716 化妆品良好生产规范 (GMP) | 珀莱雅化妆品股份有限公司 | 2026.5 |
| US FDA CFSSAN 化妆品 - 良好生产规范 (GMP) | 珀莱雅化妆品股份有限公司 | 2026.5 |
| ISO9001:2015 | 珀莱雅化妆品股份有限公司 | 2025.2 |
| ISO9001:2015 | 浙江比优媞化妆品有限公司 | 2024.3 (复核换证中) |
| US FDA CFSSAN 化妆品 - 良好生产规范 (GMP) | 浙江比优媞化妆品有限公司 | |
| ISO22716 化妆品良好生产规范 (GMP) | 浙江比优媞化妆品有限公司 | |

生产工厂关键绩效目标及绩效 >

| 生产质量关键绩效指标 | 目标 | 2023 年绩效 | |
|---------------------|--------|---|---|
| | | 护肤工厂 | 彩妆工厂 |
| 生产制程一次性合格率 | ≥ 99% | 99.66% | 100% |
| 市场抽检合格率 | 100% | 100% | 100% |
| 市场质量投诉率 (百万件不良率) | ≤ 2ppm | ≤ 1.22ppm | ≤ 0.59ppm |
| 进料检验合格率 | ≥ 99% | 原料进料检验合格率 98.73 % ⁶ 包材进料合格率 99.18 % | 原料进料检验合格率 100 % 包材进料合格率 94.8 % |
| 管理体系审核缺陷项关闭率 | 100% | 100% | 100% |

⁶ 为保障产品质量，公司对每一个原料制定检验指标，并严格开展检验工作。针对不符合珀莱雅标准的原料，公司将依据《原料品质管理规范》《质量安全责任制》《质量管理体系自查制度》等管理制度妥善处理。2023 年公司新增原材料检验指标，提高原材料质量管理要求，因此原料进料合格率有所降低

产品生产环节质量控制

公司持续提高 QA (Quality Assurance, 质量保证)、QC (Quality Control, 质量控制) 标准，优化产品生产的确认流程，建立由研发、开发、工厂等多方确认的审核机制，对产品质量进行层层把关。公司定期开展内部质量审核，识别潜在质量管理提升点，并制定相应的管理提升措施。



原料控制

- 制定原料管理制度，设置验收标准并规范评价方法，各部门严格遵守各类文件规定操作
- 制定《创新原料安全检测管理制度》，对首次在我国境内使用的新原料开展全生命周期监测
- 采用原料保质期控制系统、设置原料质量



包材控制

- 制定《包装材料管理规范》等制度
- 开展包装样品评价、包装小批量试验性生产评价
- 设立检验计划，在项目全部测试通过后方可放行生产



制造过程

- 严格按照国家批准的生产工艺制定工艺规程，对生产过程进行标准化管理
- 制定半成品评价规格书，并设置质量控制指标，例如：理化、微生物、防腐剂添加量等
- 半成品每批留样、库存定期复检



灌包控制

- 开展首件控制、在线巡检，管理灌装过程质量
- 2021 年上线的 MES 系统，采集生产过程质量数据，实现现场质量信息实时共享、信息可追溯



成品控制

- 对照产品各项执行标准，对产品质量进行控制，开展包括：理化检验、稳定性检验、重金属检验等，合格后方可放行



出货检查

- 严格按照法律法规要求，建立产品标签管理规程《标识和可追溯性控制程序》
- 确保所有出厂产品的标签全面实现生产历史可追溯，包括：批号、规格、工序、检验记录等

公司具有完善的内部检测能力以及先进的设备仪器，公司的各项安全与功效测试贯穿了整个产品的研发到原料、包材、半成品、成品全生命周期，确保送到消费者手中的产品安全有效。设备包括英国 VISION SWIFT DUO 一体化视频和光学测量系统、OLYMPUS 壁厚测量仪、美国 SUN TEST 光老化测试仪、美国安捷伦高效液相色谱仪、电感耦合等离子体发射光谱仪 (ICP-OES) 等，报告期内新增美国安捷伦高效液相色谱仪、生产线配置软管面膜类密封与泄漏强度检测仪等检测仪器，可以对包材外观、壁厚、膜厚、电镀涂层硬度、表面印刷及电镀涂层附着力、光老化褪色性能、耐冲击力、抗溶剂性、气密性、疲劳特性、相容性，及对化妆品防腐剂、重金属、防晒剂含量、《化妆品安全技术规范》规定的禁限用物质含量等进行测定。2023 年，公司参照《化妆品安全技术规范》开发了物理防晒含量检测方法、防腐剂含量检测方法、理化类 PH 油包水类产品检测方法，提升公司自我检测能力。

公司开展内部质量管理培训，与员工同步公司质量要求及规范管理程序。同时，公司与供应商开展质量培训与质量复盘会，向供应商同步珀莱雅质量管理体系与标准、分享质量管理措施及案例，助力其提升质量管理能力。

报告期内，公司通过了来自监管单位、合作单位的 12 次外部审核；同时，公司未发生与质量安全相关的处罚事件，也未有上述事项引起的诉讼案件发生。

产品上市后质量管理

公司建立《产品召回管理》《产品召回控制程序》等制度，对于已经上市的产品或在运输途中的不合格产品，立即停止销售并召回，以保障消费者的权益。公司每年开展一次模拟产品召回，以确保召回程序的有效运行。

报告期内，公司未发生产品召回事件。同时，公司就因供应商引起客诉产品开展召回模拟，从客诉立案、发放召回函到模拟产品退回共费时 8 天。同时，公司要求供应商在规定时间内根据 8D 问题解决法⁷ 整改，并对其考核。此次召回模拟验证了召回程序与可追溯管理制度流程的正常使用，确保了公司管理体系的适宜性、符合性。

⁷8D 问题解决法 (Eight Disciplines Problem Solving)，涵盖 8 个环节，通过利用团队合作的方式结构性解决质量问题，常用于汽车行业

化学品安全

公司在产品研发中不断审视我们使用的化妆品原料，持续提升产品的化学品安全属性。珀莱雅严格遵守《化妆品安全技术规范》《已使用化妆品原料目录 (2021 年版)》等法律法规要求，不使用任何禁用成分，包括但不限于《化妆品禁用原料目录》《化妆品禁用植 (动) 物原料目标》中 2,000 多种禁用成分，例如氢醌、苯酚、维甲酸 (视黄酸) 及其盐类、糖皮质激素类、抗生素类等。

在此基础上，公司采用严于中国法律法规的标准，规范化妆品原料的选用。公司参考欧盟、韩国及日本的相关标准中的成分及使用剂量，在新产品研发中禁用有争议的成分。



公司所参考的重要化学品安全国际标准

欧盟委员会 (European Commission)

LIST OF SUBSTANCES PROHIBITED IN COSMETIC PRODUCTS

LIST OF SUBSTANCES WHICH COSMETIC PRODUCTS MUST NOT CONTAIN EXCEPT SUBJECT TO THE RESTRICTIONS LAID DOWN

LIST OF COLORANTS ALLOWED IN COSMETIC PRODUCTS

LIST OF PRESERVATIVES ALLOWED IN COSMETIC PRODUCTS

LIST OF UV FILTERS ALLOWED IN COSMETIC PRODUCTS

韩国

《化妆品着色剂的种类和限制》

日本

《化妆品基准 - 禁限物质清单》

公司的化学品安全管理贯穿研发到上市后各个阶段。在产品开发和备案阶段,公司邀请专业第三方机构共同开展产品安全性评估,并根据相关成分的临床研究成果和市场反馈,调整成分的选用。



化学品安全管理程序

研发与原料选择

- 制定《新原料开发流程规范》规范管理新原料研发操作,确保新原料开发过程的合规性、安全性
- 在新产品研发中禁用化学品管理法律法规、行业标准、学术成果及内部受关注化学品名单上有争议成分
- 要求化学品原料供应商开展安全性评估、提供化学品原料毒理检验报告

跟踪

- 基于法律法规、行业政策、学术成果检索结果,开展化学品监控,更新内部受关注化学品清单,持续完善化学品台账管理;并将更新内容同步给相关部门,逐步减少使用
- 开展化学品杂质检验,在保障产品安全的情况下,主动替换、使用杂质更少的化学品
- 制定《创新原料安全检测管理制度》,对首次在我国境内使用的新原料开展全生命周期监测
- 设置原料验收标准、采用原料保质期控制系统、设置原料质量控制指标,包括:理化、微生物、红外光谱指纹控制等,保障化学品安全、有效性

信息披露

- 在官网公开披露汰换化学品成分清单、大单品全配方,保障消费者对产品成分的知情权

针对受关注化学品,公司制定完善的管理程序,确保妥善管理受关注化学品,用行动回应利益相关方的关注。



受关注化学品管理程序

检索

- 定期开展化学品原料安全相关法律法规、行业标准及相关规定检索,识别新政策及有争议、受关注的化学品成分,更新内部受关注化学品清单及禁用名单,提高化学品管理的合规性

盘查 & 识别

- 开展受关注化学品盘查,识别受关注化学品及涉及产品,完善化学品原料台账管理

评估

- 评估受关注化学品原料使用情况,由各相关部门进行评估和决策,制定配方升级和汰换的计划

调整

- 对于法律明确规定的禁用成分,公司严格按照法规要求,实时执行禁用成分的仓储清零
- 对于临床研究、行业政策、市场反馈有争议的成分,公司依据成分升级计划,逐步汰换、减少争议成分的使用
- 在调整完毕后更新产品备案信息

历年成分汰换清单 >

| 序号 | 原料名称 | 汰换进度 |
|----|--|-----------------|
| 1 | 碘丙炔醇丁基氨甲酸酯 (IPBC) | 已经淘汰 |
| 2 | 甲基异噻唑啉酮和甲基异噻唑啉酮与氯化镁及硝酸镁的混合物 (甲基异噻唑啉酮:甲基异噻唑啉酮为 3:1) | 已经淘汰 |
| 3 | 曲酸 | 已经淘汰 |
| 4 | 丁基甲氧基二苯甲酰基甲烷 | 已经淘汰 |
| 5 | 三氯生 | 已经淘汰 |
| 6 | 新铃兰醛 | 已经淘汰 |
| 7 | 咪唑烷基脲 | 已经淘汰 |
| 8 | 双(羟甲基)咪唑烷基脲 | 已经淘汰 |
| 9 | 吡啶硫铜锌 (ZPT) | 已经淘汰 |
| 10 | 甲基异噻唑啉酮 | 已经淘汰 |
| 11 | 丙二醇 | 逐步淘汰(大单品已经不再使用) |
| 12 | 尼泊金酯类 | 逐步淘汰(大单品已经不再使用) |
| 13 | 矿物油 | 逐步淘汰(大单品已经不再使用) |
| 14 | 肉豆蔻酸异丙酯 | 逐步淘汰(大单品已经不再使用) |
| 15 | 椰油酰胺 DEA | 逐步淘汰(大单品已经不再使用) |
| 16 | 滑石粉 | 逐步淘汰(大单品已经不再使用) |
| 17 | 丁羟甲苯 (BHT) | 逐步淘汰(大单品已经不再使用) |
| 18 | 苯氧乙醇 | 逐步淘汰 |
| 19 | 含 PEG 类乳化剂 | 逐步淘汰 |
| 20 | 人工色素 | 逐步淘汰 |

注:
公司实时更新成分汰换清单,具体信息以官网披露信息为准
原料序号 5、6、9 汰换原因为法规要求,其余原料均为主动淘汰

客户服务与权益保护

消费者服务

秉承“用心服务、以诚待人”的理念，珀莱雅致力于为消费者提供优质的服务体验。我们搭建了畅通的线上线下消费者服务渠道，为消费者提供售前、售中、售后全链路的查询、咨询和投诉服务。公司定期开展营销体系人员的培训工作，持续提升其专业能力和服务能力，并定期开展消费者满意度调查，收集消费者意见建议，以优化消费者服务体验。

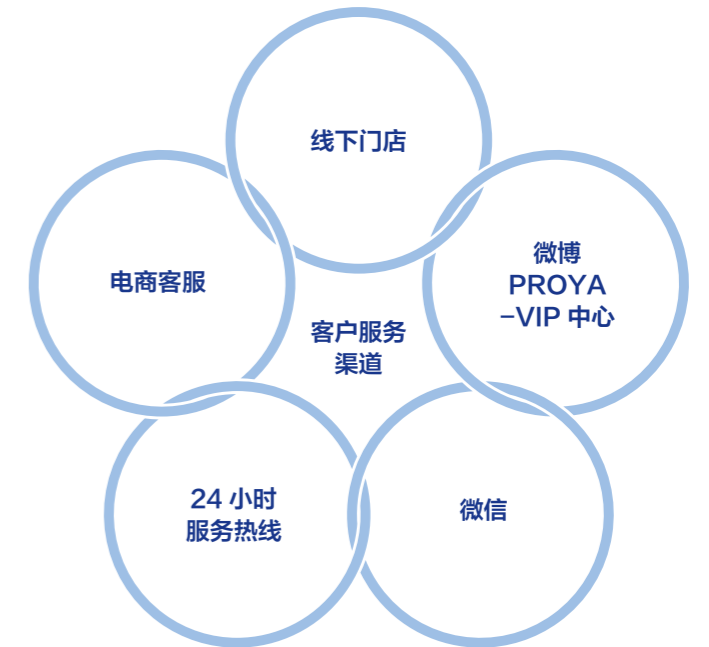
在消费者沟通方面，公司搭建多元消费者反馈渠道、听取消费者意见建议，为消费者产品使用答疑解惑及提供售后服务，并进行消费者售后追踪。公司也主动开展消费者沟通，通过评价回访、电话满意度调研等方式收集消费者对于产品、服务、运营活动等多方面的真实反馈，输出改善建议。

消费者沟通渠道 >



对于消费者投诉，公司建立了完善的投诉处理渠道，联动产品销售、研发、客户服务等多部门，及时处理消费者在使用感受、售后服务、产品优化建议等多方面反馈和疑问。

投诉处理方式与流程 >



沟通反馈问题

使用感受问题

售后体验问题

产品优化建议

产品质量投诉

处理方式

客户服务人员第一时间对用户产生的问题进行询问，提供专业的使用建议和产品解答

记录反馈用户需求，同步给客服等相关部门，力求第一时间解决用户问题，保障用户权益最大化

对不同产品进行整理，并生成月度报告，反馈研发部门，对产品进行升级优化





联合工厂、研发、质量等部门排查可能存在的问题，根据问题严重程度采取针对性措施，同时与消费者协商一致，保障用户权益最大化

针对消费者反馈意见, 公司每月汇总天猫客户之声模块的消费者评价, 举办消费者服务月会, 联动产品销售、研发、工厂、客户服务等多部门, 跟进消费者在使用感受、客服服务、产品优化、物流服务建议等多方面反馈和疑问, 及时优化处理、完善内部管理机制。


在消费者体验优化方面, 我们关注消费者的购买与使用感受, 主动跟踪交易链路中的各个环节, 预判消费者可能遇到的问题并主动提醒或主动跟进, 在各个阶段持续优化消费者的消费体验。

消费者体验优化措施 >

消费过程体验提升

-  坚持“黄金回复 30 秒”原则, 快速响应消费者问题
-  对售后问题采取统一工单登记、闭环管理措施, 确保售后问题 100% 处理
-  对电商平台的消费者服务预警、告警进行跟进, 及时修复消费者体验
-  降低客服机器人使用比例, 实现全 24 小时人工在线服务, 提升消费者互动体验

产品使用体验提升

-  产品上市后根据消费者反馈进行产品迭代更新, 以提升产品本身的使用体验

在消费者服务能力提升方面, 公司通过人才培养、业务创新的方式, 致力于建设专业高效的消费者服务团队。在消费者满意度调查方面, 公司相关事业部每年向消费者开展消费者满意度调查, 从产品、物流及服务等多个方面收集消费者意见, 双向收集、了解消费者需求。此外, 公司积极开展线下产品沙龙、经销商产品与服务培训, 提高线下服务体验。2023 年, 珀莱雅品牌、彩棠品牌进一步实现售前售后客户服务一体化管理, 帮助客户服务团队快速处理顾客问题, 减少顾客等待时间。

消费者体验优化
工作进展及成果 >

| | 工作 | 成果 |
|----------|---|---|
| 消费者沟通 | 珀莱雅 <ul style="list-style-type: none"> 制定《渠道管理机制》《售前及售后处理标准》《质检管理标准》等客户服务管理制度, 完善客服服务流程 | <ul style="list-style-type: none"> 2023 年, 客户问题一次性解决率达 80.38% (相较 2022 年, 提升 1.35%) |
| | 彩棠 <ul style="list-style-type: none"> 搭建主动服务组, 实现从咨询到履约及售后过程全链路主动服务 提供完善的多元解决方案, 帮助消费者客户快速选择 提供专属特权售后服务, 首单售后快速通道 | <ul style="list-style-type: none"> 2023 年, 客户问题一次性解决率达 73.08% (相较 2022 年, 提升 10.30%) |
| | 圣歌兰 <ul style="list-style-type: none"> 开展产品满意度评分调研⁸, 涵盖肤感、效果、包装、价格等维度, 了解消费者使用体验, 并反馈给相关部门, 提高消费者的整体满意度 | <ul style="list-style-type: none"> 圣歌兰紫原霜得到 8.7 分、SOS 精华 7.5 分、小蓝胶 9.8 分 |
| 消费者体验提升 | 珀莱雅 <ul style="list-style-type: none"> 为消费者提供产品线体验 向导购人员、经销商开展, 同步产品信息, 提升其对产品的认识, 更好地服务客户 | <ul style="list-style-type: none"> 开展 2,233 场消费者产品沙龙 开展 187 场产产品培训会 |
| | 彩棠 <ul style="list-style-type: none"> 优化仓库作业流程, 提高仓库作业效率 优化物流服务商配比, 提高物流普及度 持续优化包装方案和物流操作标准 | <ul style="list-style-type: none"> 24 小时揽收及时率从 86.53% 提升至 99.21% 到货时长较 2022 年缩短 24.65 小时 降低错发率低至 0.003% 内 |
| 客服服务能力提升 | 韩雅、优资莱 <ul style="list-style-type: none"> 开展店长培训, 内容涵盖品牌产品知识、皮肤知识和服务技能等 | <ul style="list-style-type: none"> 为逾 300 名店长提供培训, 提升服务水平 |
| | 珀莱雅 <ul style="list-style-type: none"> 开设珀莱雅 PCA 学院线上客服培训, 通过线上培训的形式, 提升提升客服的业务能力和专业知识产品能力, 为消费者提供优质的服务体验 开展现场客户服务质量检查, 通过客户反馈与对应客服工作人员开展点对点沟通、复盘分析, 帮助其提高客户服务能力 | <ul style="list-style-type: none"> 线上 PCA 在线学院学员超 800 人, 课程 86 门, 共计学时 423 小时, 考试场次 134 场, 线上考试参加考生人数 5,547 人 |

⁸ 圣歌兰针对自有产品开展满意度调研, 满分为 10 分

公司旗下品牌消费者服务水平得到社会认可, 获得多项荣誉。



消费者服务相关认可与荣誉

珀莱雅

- 获得天猫平台 2 次“金旺旺”、8 次“银旺旺”客服团队称号
- 抖音店铺体验分值始终保持在 97 分以上
- 京东平台获得了直通车卓越咨询服务奖

彩棠

- 天猫平台授予 618 金牌客服团队奖杯、店铺五星体验奖、店铺职能服务银蜂奖
- 赤兔授予“星客服”奖 (满意度和转化率 top)

悦芙媞

- 天猫平台连续 8 个月获得“金旺旺”客服团队称号
- 抖音店铺服务评分保持 100 分

消费者隐私保护

珀莱雅重视信息安全与消费者隐私保护。公司严格遵守《中华人民共和国个人信息保护法》《中华人民共和国数据安全法》等法律法规, 制定了《电商数据安全管理制度》《网络安全管理办法》《信息系统开发管理办法》《数据安全管理制度》《数据分类分级安全管理制度》《数据全生命周期安全管理制度》等管理制度, 并要求内部严格执行相关制度, 确保在数据安全、研发等层面, 均保证符合数据安全生产要求。

公司严格控制消费者信息的访问与传输, 针对敏感信息进行脱敏处理, 并限制数据复制、限制消费者信息查看的次数, 并对敏感信息的导出进行权限设置, 运营人员无权获取用户的信息。公司定期对现有数据进行排查, 整理收紧数据域访问权限, 加强网络环境访问控制。在电商平台管理方面, 公司严格遵循各平台的消费者信息保护要求, 对消费者信息进行加密、脱敏传输, 保障信息安全。

同时, 公司通过内部会议及邀请专家讲解培训的形式, 提升消费者隐私保护意识; 此外, 公司开展 3 次内部全员会议讨论与宣导、邀请外部专家开展交流会, 提升信息安全保护意识。

负责任营销

负责任营销管理措施 >

为消费者提供真实、准确、完整的产品和营销信息是企业开展消费者服务的底线与基础。公司严格遵守《中华人民共和国消费者权益保护法》, 建立完善的管理机制, 保障产品营销内容的真实性与准确性。

| 产品推广内容准确性保障 | 负责任营销培训 |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • 成立产品科技内容部, 由专业的研发人员对产品介绍内容进行审核, 确保产品推广过程中科学内容正确性和准确性 • 建立《产品文案审核流程》, 营销文案须经过品牌营销、产品开发、研发、法务等多部门审核 • 对于推广过程中产品主要功效开展内部临床试验和第三方检测 | <ul style="list-style-type: none"> • 新产品上市前, 向品牌宣传、运营、客户服务人员等开展产品信息准确性培训, 包括: 产品肌理科普、产品用法建议等 • 每月至少三次, 针对客户服务人员开展产品知识培训与训后考核, 确保在客户服务过程中提供给消费者的产品信息与标准的产品介绍保持一致 • 报告期内, 开展 3 次品牌价值培训, 规范营销行为; 产品营销及客户服务人员负责任营销培训覆盖率 100% |

了解化妆品的安全性、功能性是消费者保障自身安全的重要防线。公司通过透明的成分披露和多种形式的化学品成分教育, 帮助消费者更好地认识功效成分, 做出更科学的购买决策。

化学品成分透明管理措施 >

- 成分公开** • 公司在产品标签上按法律法规要求, 对产品成分进行全标注
- 公司在“透明标签”“美丽修行”等消费者常用的 APP 上传产品全成分表, 公开透明地披露产品成分
 - 公司在官网公布受关注化学品成分汰换清单, 并定期更新汰换清单及汰换进度; 公布产品成分备案查询方式
 - 公司所有的产品推广均会清晰地说明所使用的成分、作用机理以及来源

供应链责任

亮点绩效

供应商 ESG 符合性
评估通过率
100%

*RSPO 认证棕榈油
衍生品采购种类占比
40.4%

*RSPO 认证棕榈油
衍生品采购重量占比
15.93%

供应商管理

公司主要供应商类型为物料供应商与 OEM、ODM 供应商，供应商的稳定关系到公司产品与服务的品质和稳定经营。珀莱雅遵守《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国招标投标法》等法律法规，对供应商开展有效的全流程管理，防控供应链风险。

公司建立了《供应商管理制度》和《生产性物料新供应商开发管理制度》等管理文件，从供应商的准入、评估考核、审查等环节进行全流程规范化管理。2023 年，公司新增《彩妆采购管理制度》，进一步规范彩妆品类的采购流程程序、供应商准入及审核程序、标准，确保彩妆品类采购程序符合公司标准。

供应商管理流程 >



供应商准入

- 根据业务运营过程中产生的新需求，在现有资源无法满足的情况下，采购部门启动新供应商开发需求
- 对新供应商的企业资料进行预审，择优选出潜在供应商后安排进行现场审核。按照新供应商评价标准，进行供应商评分后予以准入



供应商评估

- 公司每半年度对供应商进行绩效评估，由采购部发起，协同质量管理和价格评审部采用 SRM 线上以及线下相结合形式的打分评级，将供应商划分为 A/B/C/D 四个等级，评估内容主要包括产品质量、交货、价格及增值服务及 ESG 管理等



不合格供应商

- 基于供应商绩效评估结果的相应措施，D 级供应商为不合格供应商，由采购填写供应商删除变更表，经多级审批后终止合作关系

*占比计算公式：RSPO 认证棕榈油衍生品 / 所有棕榈油衍生品

委外加工质量管控措施 >

在供应商质量管理方面，公司定期对供应商进行现场审核，并针对重点供应商提供质量专项培训。2023 年，公司对品 77 家供应商完成了年度审计。同时，公司相关部门联合向 11 家供应商开展点对点质量培训及复盘会，提升供应商质量管理，确保原材料的有效性及其安全性。

同时，针对 OEM/ODM 等供应商，公司建立了《委外加工管理制度》，通过质量标准制定、现场指导、质量检测、不定期抽查等方式，强化委外加工环节的质量控制。

质量标准制定

- 制定涵盖化学品成分、外观、消费者使用体验等在内的完善的质量控制指标，确保供应商按照标准进行生产

现场指导

- 在首批产品生产前，开展现场指导，向生产管理人员进行标准解读，解集中决在实际生产中质量标准的运用问题

质量检测

- 委外生产产品出厂时，要求 OEM/ODM 供应商开展质量检测，并提供检测结果
- 公司开展质量检测，确保委外生产产品符合公司标准

不定期抽查

- 依据质量标准开展不定期抽检，并根据市场反馈问题进行现场盘查

在供应商 ESG 管理方面，公司在供应商准入审核中纳入环境、劳工、道德等方面的考量因素，涵盖合规雇佣、员工培训、诚信经营、环境管理等多方面的考核指标。2023 年，珀莱雅共评估 264 家供应商的 ESG 表现，评估通过率 100%；其中主要合作伙伴 100% 开展 ESG 符合性评估。

为维护供应链稳定性，报告期内，公司一方面持续推进其自动化、数字化和智能化升级，实现生产端与需求端的数据信息链路畅通，提升市场响应的精确度与敏捷性；另一方面，公司全方位构建供应链稳定保障体系，涵盖价值评估、策略规划、技术应用及业务运营等方面，并运用科学预测、预警机制以及严格的供应商管理，有效增强供应链韧性。

可持续采购

我们的可持续采购措施 >

珀莱雅深知，公司的采购行为对环境、社会均有重要影响，我们需要站在全价值链系统的整体高度审视我们的责任。我们关注所使用的原材料带来的环境与社会影响，坚持以负责任的方式采购原材料，同时积极引导与支持合作伙伴开展 ESG 管理，促使其降低自身的环境与社会影响。

环境方面

优先选用经过环保认证的原材料

- 我们优先采购环保原材料,包括经过可持续森林认证的纸张、棕榈油,环保油墨、环保涂料、环保胶水等
- 源产非洲的原材料,公司优先选择签署公平贸易协议的生产商
- 天然产物是珀莱雅产品的核心成分,针对黄细心根提取物、刺云实胶、大花可可树脂等,公司优先选择符合《名古屋议定书》的生产商

与生产供应商携手降低环境影响

- 我们与供应商共同努力,改进生产工艺流程,减少生产过程的环境影响

要求供应商建立环境管理体系

- 要求所有供应商签署《商业准则承诺书》,并承诺建立完善的环境管理体系,以提高资源使用效率、减低工业“三废”及温室气体排放

社会方面

- 在《商业准则承诺书》中,要求供应商承诺坚持合规雇佣,不使用童工,不强迫工人劳动,在用工方面遵循公平不歧视原则

治理方面

- 供应商应遵守廉洁阳光原则,拒绝任何形式的商业贿赂行为

棕榈油是日化行业的重要原材料。公司自身产品生产中并没有直接使用棕榈油,但公司使用的原材料中包含棕榈油制成品。公司积极开展棕榈油制成品管理,优先采购经过Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) 认证的棕榈油衍生品,从而提高产品的可持续属性,减少对环境的影响。2023年,公司正式加入RSPO,并正在规划将原材料中的棕榈油制成品逐步替换为RSPO认证产品的替换工作。

可持续棕榈油
采购工作及成果 >

| | 工作 | 成果 |
|---------|---|---|
| 识别 & 盘查 | <ul style="list-style-type: none"> 识别涉及棕榈油或棕榈油衍生物产品 盘查公司 RSPO 认证棕榈油使用情况 | RSPO 认证棕榈油衍生品采购种类占比: 40.40% |
| 追溯 | <ul style="list-style-type: none"> 开展棕榈油追溯,要求供应商提供棕榈油产地信息、RSPO 认证资质等信息,并在内部系统中补充相关信息,完善棕榈油台账管理 | RSPO 认证棕榈油采购重量占比: 15.93% <small>(* 占比计算公式: RSPO 认证棕榈油衍生品 / 所有棕榈油衍生品)</small> |
| 调整 | <ul style="list-style-type: none"> 逐步替换使用 RSPO 认证的棕榈油 | |

在森林制品方面,公司的大单品产品、新品的制成品纸盒均使用 FSC 认证纸张,护肤品牌的 2C 仓使用 FSC 认证拉链箱,珀莱雅赋能鲜颜优效面膜 2.0、珀莱雅肌源修护优效面膜 2.0 选用符合 FSC 认证的莱赛尔纤维膜布,支持可持续森林发展。

公司也积极引入天然有机的原材料,为消费者提供更加多元的产品选择,满足日益增长的可持续消费需求。**报告期内,珀莱雅启时集致紧塑霜、珀莱雅启时集致抗皱精华液、珀莱雅启时集致抗皱眼霜使用符合 COSMOS 认证、ISO 16128 认证的原料红毛丹果皮提取物,珀莱雅赋能鲜颜优效面膜 2.0 使用符合 vegan (素食) 认证的棉布。**

同时,公司为供应商的 ESG 管理提供支持,带动全价值链的可持续转型。2023年,公司在供应商大会上,向包材、原料、OEM、ODM 供应商开展 ESG 培训,提升供应商的 ESG 管理意识。借鉴珀莱雅的实践经验,**报告期内有 9 家供应商启动绿色循环箱使用,减少一次性纸箱使用。**

员工责任

亮点绩效

女性高级管理层占比
23.53%

员工培训覆盖率
90.51%

员工权益与福利

合规雇佣

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》等法律制度，制定并实行《员工招聘和录用管理制度》《薪酬管理制度》等制度文件，保障员工在招聘、管理过程中不受到任何形式的歧视。**报告期内，公司未发生与员工招聘与解雇、工时与假期、晋升与平等机会、反歧视及多元化和劳工准则相关的事件，也未有上述事项引起的诉讼案件发生。**

员工雇佣和基本权益政策 >

| | 权益保障措施 | 相关制度 |
|-------|--|---------------|
| 招聘 | <ul style="list-style-type: none"> 原则：公正、公平、公开 杜绝录用童工：招聘时确保面试者达到法定劳动规定年龄 禁止强制劳工：弹性上班、按时记录考勤、定期检查工作强度、提倡劳逸结合 | 《员工招聘和录用管理制度》 |
| 解聘 | <ul style="list-style-type: none"> 严格遵守劳动法规开展员工离职工作 | 《员工离职管理办法》 |
| 工时与假期 | <ul style="list-style-type: none"> 实行标准工时制，标准工时为每周 40 小时，加班时间可申请调休 按照国家规定实行带薪年假、婚假、丧假等法定假期 按照当地规定实行育儿假、护理假等假期 | 《请休假管理办法》 |
| 薪酬与补贴 | <ul style="list-style-type: none"> 以业绩牵引为基础，制定公平且有竞争力的薪酬制度 因工作或岗位需要而异的交通、差旅等补助或津贴 | 《薪酬管理制度》 |

员工沟通

平等的对话关系有利于建立高效的工作机制，也能让更多的员工参与到公司发展经营之中，增强员工的归属感。公司不断改善与员工的沟通机制，听取员工的意见建议，改进企业管理，打造平等开放的工作环境。此外，公司成立工会，与工会签订了集体合同，积极与员工沟通。

员工沟通渠道 >

成立员工代表大会

依托钉钉、OA 平台开放线上沟通渠道

建立管理层与职工面对面沟通机制

开展员工满意度调研、触点调查

畅通员工申诉渠道

员工福利

珀莱雅重视员工的福利保障，制定并严格实行《福利管理办法》，为员工提供了丰富完善的福利体系，在法定的固定福利基础上，增加补充福利、专项福利等。其中，公司为工厂员工设置专项福利，例如员工宿舍或住房补贴、免费工作餐，以及全勤奖、工龄奖等奖励。2023 年，公司为居住较远的加班员工提供免费临时宿舍，减少通勤时间，致力保障员工的休息时间。

公司福利清单 >

法定福利

社会保险
住房公积金
法定节假日及年假等法定福利

补充福利

午餐补助
高温费
健康体检、商业保险
年度旅游、团建福利

红白礼金、节日慰问、生日礼物等

专项福利

敬老福利
专项健康福利
临时住宿安排
工厂员工专项福利等

员工关怀

随着公司发展与员工需求的演进，珀莱雅的福利制度也进行动态升级，以回报员工的付出。为加强员工家属关怀，2023 年公司为员工子女举办“绘画联萌”艺术作品展；举办开放日，邀请员工子女走进珀莱雅，动手体验彩妆制造。此外，工会定期开展节日慰问等工作，提升员工在珀莱雅的幸福感和归属感。

员工关怀行动 >

| 行动 | 措施 |
|------|--|
| 女性关怀 | <ul style="list-style-type: none"> 为职场妈妈设立私密、干净、舒适的“爱心妈咪小屋”，配置沙发、椅子、冰箱、湿巾、母乳喂养宣传指南、宣传海报，提供职场里的“温馨之家” 三八妇女节，给女员工送出「3·8」粉色礼袋，并发起《促进职场性别平等》倡议 |
| 员工之家 | <ul style="list-style-type: none"> 工厂物流部为员工搭建员工之家，配置家具等设施，提供环境良好的职场休息站 |
| 心理关怀 | <ul style="list-style-type: none"> 邀请专业老师开展“告别职业内耗，从爱自己开始”正念冥想心理解压培训，帮助员工学习与情绪共存，告别职场内耗、释放负面情绪 |
| 节日慰问 | <ul style="list-style-type: none"> 积极开展节假日庆祝活动与员工同庆同乐，让员工感受到家的温暖，例如迎新春送福联及情人节赠送玫瑰等 |
| 内购福利 | <ul style="list-style-type: none"> 举办 4 场公司级多品牌联合内购活动为员工提供高性价比产品福利，总销售额逾 240 万元 |

员工文体活动（部分）>

公司提倡劳逸结合，推行弹性上班工作制，给予员工上班时间更多自由度；建设员工休闲吧，配置健身区等设施；鼓励员工组建社团，并为社团提供平均 15 万 / 年的活动经费资助。此外，公司定期举办各项文体活动，丰富员工职场生活，提高员工工作生活幸福感，实现工作生活平衡。

| 活动 | 内容 |
|--------------------|---|
| 青春展风采，运动向未来 | <ul style="list-style-type: none"> 举办欢乐运动会，涵盖男女混合拔河、三分钟跳大绳男、女子混合 100 米迎面接力跑、你来表演我来猜、男 / 女 4*400 米接力等趣味项目，调解工作节奏，强壮员工体魄 |
| 珀莱雅之音 | <ul style="list-style-type: none"> 举办 20 周年演唱会，通过线下观看、线上直播的形式与员工共享成立 20 周年的成果，致敬共创美好的珀莱雅人 |
| 益起出发，探见美好 | <ul style="list-style-type: none"> 组织员工参与户外夜行活动，邀请专业乐队驻场表演，开展“落日余晖，唱见美好”星光音乐节 |
| 摄影大赛 | <ul style="list-style-type: none"> 邀举办珀莱雅旅游季摄影大赛，鼓励员工用镜头记录生活中的美 |
| 火力青春，谁羽争锋 羽毛球挑战赛 | <ul style="list-style-type: none"> 组织开展羽毛球单打比赛、2 人趣味赛以及 6 人小组团体赛，丰富员工生活，增强团体凝聚力 |

职业健康与安全

安全生产

公司秉持“坚持安全生产, 营造安全氛围, 保证身心健康”的安全生产方针, 贯彻落实《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国安全生产法》等法律法规, 制定安全生产目标。**报告期内, 公司发生工伤死亡事故数为 0, 火灾事故数为 0。**

管理目标 >



不发生重大伤亡事故, 不发生火灾爆炸消防事故
轻微小伤害事故年度发生数少于 **3** 起

公司制定《安全生产检查及隐患排查治理制度》《安全生产教育培训制度》《安全例会制度》《消防安全管理制度》等制度文件, 建立完善的安全生产管理制度, 定期开展员工安全培训及消防演练, 保障员工安全。

安全生产管理措施 >

完善管理体系

- 坚持预防为主。定期研究安全生产动态, 及时解决生产中出现的问題; 用足用好安全防护经费, 改善劳动条件和作业环境
- 建立健全安全组织网络, 完善安全生产岗位责任制, 逐级签订安全生产责任书, 充分发挥安全管理员作用, 杜绝违章指挥, 违章操作

严格过程管理

- 严格执行危险作业审批制度, 对从事危险作业的必须事前做好审批手续。危险作业前必须有详细的施工方案、书面交底和安全保护设施并随时检查, 发现隐患即时纠正
- 统一管理安全生产台账, 定期监督检查, 识别安全生产隐患
- 建立《生产安全事故应急预案》, 从组织、响应、后期处置、专项应急及现场处置方案等方面, 建立了完善的安全事故应急处理体系

加强安全教育

- 健全职工安全教育档案。新入场的工人上岗前必须全部进行三级安全教育培训, 经考试合格, 签订《安全责任书》方可上岗操作
- 开展好每年“全国安全生产月”活动。通过开展安全活动, 增强职工安全意识, 提高安全素质, 促进安全生产

职业安全工作开展情况 >

安全设计诊断

- 委托专业团队开展工厂安全设计诊断, 并制定改进计划, 持续提升员工工作环境的安全性

车间安全技改项目

- 湖州护肤工厂添置仓库内的消防水炮、喷淋系统、更换灭火器等, 保障建筑及员工安全

百万员工安全大培训

- 湖州工厂租住员工参加浙江省百万员工安全生产大培训, 培训员工覆盖率达 100%, 并要求全员完成并通过线上与线下考试

消防安全应急演练

- 公司组织开展消防应急预案演练, 发现部门员工对应急预案及防护器材使用不熟悉, 并开展后续加强培训, 提高员工安全防范意识和应急处置能力, 内容涵盖应对各类灾害事故的自救和抢险技能

职业健康

我们高度重视员工职业健康保障, 贯彻落实《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国职业病防治法》, 制定职业健康管理目标, 制定并严格实行《职业健康管理制度》, 识别生产环境中存在的职业病风险, 采取针对性措施, 保障员工身体健康。**报告期内, 护肤工厂通过职业健康安全管理体系 ISO 45001:2018 审核, 且公司职业病发生数为 0。**

健康管理目标 >



不发生职业病
定期进行职业危害因素检测和职业健康体检

职业健康安全管理体系认证情况 >

| 认证主体 | 认证名称 | 有效期 |
|------|--------------------------|----------------|
| 护肤工厂 | 职业健康安全管理体系 ISO45001:2018 | 2021.11-2025.2 |

公司的职业病风险主要包括粉尘、VOC 气体等。我们从环境与设备安全防护、个人安全防护两个方面，为员工提供全面的职业病风险防护。

职业病风险防护措施 >

| 环境与设备安全防护 | 个人安全防护 |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • 优先采用有利于防治职业病和保护劳动者健康的新技术、新工艺、新材料 • 引进粉尘和 VOC 收集系统，用以清除车间粉尘和 VOC 气体 • 在现场设立警示标识及公示栏，为员工发放防护设施 • 对职业病防护设备、应急救援设施和个人使用的职业病防护用品，进行经常性的维护、检修 | <ul style="list-style-type: none"> • 为劳动者提供个人使用的职业病防护用品，并定期开展个人防护用品使用讲解培训，确保员工正确使用防护用品 • 对从事接触职业病危害的作业的劳动者开展在上岗前、在岗期间和离岗时的职业健康检查 • 每年为员工提供免费健康体检，体检范围覆盖公司全体职工，并根据较为突出的员工亚健康健康问题，开展针对性健康讲座 |

此外,公司工会提供医疗互助保险,并积极开展健康培训活动,保障员工健康。

工会工作开展情况 >

| 项目 | 成效 |
|--------|--|
| 医疗互助保险 | • 报告期内，累计为 2,061 名员工提供在职工工医疗互助保障金 |
| 职业健康培训 | • 报告期内，累计开展 4 场健康讲座，累计 196 名员工参加，内容覆盖急救培训、心肺复苏救治、肩颈理疗等方面 |
| 送医入企业 | • 组织医生到公司开展面诊，为员工就医提供便利 |

公司不仅关心员工的身体健康，也关注员工的心理健康。我们为员工营造轻松愉快的工作氛围，并积极为员工提供心理支持。**报告期内，公司外聘专业心理老师开展正念冥想培训，帮助员工告别内耗、与情绪共存。**同时，公司鼓励员工拨打「回声计划」公益倾述热线进行电话心理咨询排解心理。

人力资本发展

我们深知，珀莱雅的高质量发展离不开人才的成长。公司将员工能力提升视为企业发展的重要动力，持续赋能员工成长。珀莱雅重视校园人才培养，制订《管培生培养方案》，每年度走进高校，展开校园招聘活动，为公司注入新鲜血液。同时，公司邀请行业专家加入公司，涵盖原料开发及研发、产品设计等方面，为公司竞争力提升提供人才储备。

员工培训

在员工培训方面，公司整合内外部培训资源，针对不同发展阶段的员工，提供了个性化的职业培训内容，满足不同员工的能力提升需求，为员工提供了完善的培训提升体系。此外，公司严格遵守《职业技能管理规定》，制定《职业技能等级认定管理规程》，规范鉴定员工职业技能等级，不断优化公司培训体系。

培训体系 >

内部培训

入职培训

面向对象：新入职员工

培训内容：企业历史文化、规章制度、员工应知应会内容

专业培训

面向对象：业务部门骨干、管培生

培训内容：品牌营销规划、研发工艺

晋升培训

面向对象：中层管理者

培训内容：业务思维、管理能力、领导力提升培训

日常培训

面向对象：全体员工

培训内容：业务能力、管理能力提升培训

高管游学

面向对象：公司高管

培训内容：视野开拓、战略思维提升

外部培训

面向对象：面向全体员工，通过考试选拔产生

培训内容：购入阿里巴巴商业培训课程，为员工提供全方位的商业通识教育

同时,为保障公司 6*N 战略落地,公司成立珀莱雅品牌学院,致力培养更多珀莱雅品牌营销人才。报告期内,公司制定《品牌学院运营管理方法》,持续优化“领导力”“专业力”“通用力”三大板块培训,注重员工“跨部门沟通”及“团队管理”能力提升。公司开展珀莱雅品牌学院培训满意度调查,基于结果优化培训内容实用性、形式、课程设计等方面。2023 年,珀莱雅品牌学院培训满意度提升至 95% (2022 年满意度: 88%)。

品牌学院开设课程 >

| 培训 | 内容 | 课程 |
|----------------|--------------------------------------|--|
| 通用力培训 | • 定期开展职业化培养课程,提升群体员工职业化认知和技能 | 《结构化面试技巧》 《跨部门沟通》 《工作汇报表达》 《部门专场沟通交流》 《职业化素养及实用职场工具》 |
| 产品开发赋能训练营 | • 提炼工作中的优秀方法论,提升产品营销人才的专业技能 | 《新产品上市核心管理理论》 《营销核心概念和规律》 《消费者行为及产品分析》 《概念开发原理及工具》 |
| 管理者 2.0 微咨询实战营 | • 提升新晋管理者的管理认知和技能,开拓视野,注入新的工作理念和实践经验 | 《管理思维转身及能力模型》 《情境领导力》 《团队激励》 《协作影响力》 |

此外,公司也鼓励员工提升学历,在 2023 年组织 6 名员工参与杭州市总工会组织的学历提升补贴项目,助力员工提升学历水平。

报告期内,公司累计开展培训时长 53,607.75 小时,员工培训覆盖率 90.51%,人均培训时长为 18.04 小时。

员工绩效考核与晋升

在员工晋升方面,公司制定《绩效管理办法》《干部管理办法》《内部竞聘制度》等管理制度,采用统一的绩效管理考核方法,确保各级员工的绩效评价标准公开、程序公平、各级管理人员的任命及晋升公开透明。根据不同员工岗位特点,公司建立了管理类、专业类双通道晋升管理制度,为员工提供畅通的发展通道。

优秀个人和团队评选机制 >

珀莱雅秉持尚贤用能绩效优先的理念,不拘泥于资历与级别,按公司组织机构组成目标与事业机会的要求,依据人才库选拔考试结果,对有突出才干和突出贡献实施破格晋升。同时,公司建立个人和团队评选的机制,表彰优秀员工与团队。

| 评选频率 | 年度 |
|------|------------------------------------|
| 评选奖项 | • 设置了 3 个特别奖奖项、6 个团队奖奖项、11 个人奖奖项 |
| 评选机制 | • 基于价值贡献、业务发展场景及能力开展评选 |
| 评选流程 | • 单位提名 -> 项目组审核 -> 总经办审批 -> 召开颁奖典礼 |

此外,公司建立完善人才盘点、员工轮岗机制,拓展员工知识领域,助力员工找寻职业发展方向。此外,公司针对业务部门骨干领导能力开展经理人反馈计划的考核行动,旨在提高骨干干部的领导力及凝聚力。



人才盘点

- 每年 7 月、12 月开展人才盘点
- 梳理员工轮岗需求



员工沟通

- 了解员工对新岗位的认知和绩效要求
- 与员工达成共识



计划拟定

- 根据员工及相关责任部门需求,拟定轮岗计划
- 向总经办提交轮岗计划审批



交接辅导

- 轮岗计划获批准后,制动车位交接清单
- 新岗位直接上级作为辅导员



考核评估

- 轮岗后设置三个月保护期,绩效等级薪资保持不变
- 保护期后,进行绩效考核,岗位职级和薪酬根据实际情况制定

社区责任

亮点绩效

直接受益人次⁹
23.30万

间接受益人次¹⁰
2.47亿

社会倡导

我们秉持“美丽永存、共享美好”的企业使命，倡导“美”的社会价值观，重点关注“性别平等”“心理健康”“青春与成长”“爱与亲密关系”四大重点社会生活议题，依托品牌影响力和专业能力，发出倡议，付诸行动，携手共筑美好生活。2023年，公司社会倡导活动有 23.30 万人次直接受益，2.47 亿人次间接受益。

社会倡导活动说明 ∨

| 关注领域 | 项目名称 | 项目内容 | 项目数据 |
|------|---------------------|---|--|
| 性别平等 | 性别不是边界线 偏见才是 | 启动时间: 2023年3月 项目内容: 印发性别教育绘本《我们都可以》，以此表达我们都可以不被性别偏见和刻板印象束缚，成为我们想成为的样子 | <ul style="list-style-type: none"> • 印发 110,000 册《我们都可以》绘本 • “珀莱雅公益服务”小程序为 966 人提供法律解答；其中，为 87 名咨询者提供公益法律咨询 • 《女帅男兵》主题短片全平台总播放量逾 677 万，全平台讨论数逾 68 万 |
| | 三·八妇女节特别策划 | 启动时间: 2023年3月 项目内容: 联合北京千千律所上线「珀莱雅公益服务」小程序，为职场中遭遇性别偏见的劳动者提供切实的法律帮助 | |
| | | 启动时间: 2023年3月 项目内容: 珀莱雅延续「真实 her-story」的创作原则，在新闻素材中发现了藏族女孩普布志玛在南开大学新生足球队当队长的故事并制作《女帅男兵》主题片，展现新一代年轻女孩身上明亮的勇敢和面对偏见时抗争的勇气 | |

⁹ 直接影响人次指参与项目中的直接受益的群体数量

¹⁰ 间接影响人次指通过项目影响到的群体数量，例如线上传播影响人数、线下相关活动影响人数等

社会倡导活动说明
续表 ∨

| 关注领域 | 项目名称 | 项目内容 | 项目数据 |
|-------|----------------------------------|---|---|
| 心理健康 | 回声计划 青年心理健康公益行动 | 启动时间: 2023年10月 项目内容: 制作《此刻，和情绪_____》公益宣传片，呼吁正视情绪，关注心理健康 | <ul style="list-style-type: none"> • 《此刻，和情绪_____》公益主题宣传片全平台总播放量逾 5,249 万、全平台总讨论数逾 21 万 • 制作、派发 10,000 个“一兜·回声书”福袋，3 万人参与校园音乐公益企划 • 100 名教师参与教师培训会、400 名师生参加校园讲座 • 公益心理倾诉热线累计接听 1,482 通电话 |
| | | 启动时间: 2023年10月 项目内容: 联合多抓鱼及 9 家出版机构，心选 11 本情绪之书，制作并派发“一兜·回声书”盲盒，希望能在阅读中汲取和情绪握手的力量 | |
| | | 启动时间: 2023年10月 项目内容: 联合多抓鱼及 9 家出版机构，心选 11 本情绪之书，制作并派发“一兜·回声书”盲盒，希望能在阅读中汲取和情绪握手的力量 | |
| | | 启动时间: 2023年10月 项目内容: 联合腾讯音乐公益开展“让情绪发声”校园音乐公益企划，用 1 首公益单曲、1 场校园公益音乐会、30 场校园快闪、4 场公益讲座，传递温暖治愈的力量 | |
| 青春与成长 | 萤火计划 反校园霸凌公益行动 | 启动时间: 2022年10月 项目内容: 持续运营与中国青少年发展基金会合作开展的公益项目，开展 1 场教师培训、1 场亲子团辅运动、1 场校园讲座 | <ul style="list-style-type: none"> • 为 353 名校园霸凌受害者及其家庭提供公益心理辅导；其中为 27 名校园霸凌受害者及其家人提供公益法律咨询 • 公益短片全平台总播放量逾 4,441 万、全平台总互动量逾 6,211 万 • 印发 15,000 册《不是你的错》校园霸凌后遗症疗愈指南 |
| | | 启动时间: 2022年10月 项目内容: 持续开展与北京新阳光慈善基金会的长期心理倾诉公益热线，为想要倾诉的人提供一个包容、安全的树洞 | |
| | | 启动时间: 2023年9月 项目内容: 与北京新阳光慈善基金会搭建「萤火计划」反校园霸凌公益专线，并结合印发《不是你的错——校园霸凌后遗症疗愈指南》、制作《校园霸凌后遗症》公益短片，呼吁大家重视校园霸凌对孩子成长的长远影响，以呼吁反对校园霸凌，并了解预防和应对措施以保障孩子的成长环境 | |

社会倡导活动说明
续表 ∨

| 关注领域 | 项目名称 | 项目内容 | 项目数据 |
|--------|--------------------------------|--|--|
| 爱与亲密关系 | 笨小孩 珀莱雅牌二十周年特别策划 | 启动时间: 2023 年 11 月 项目内容: 以一支微电影《笨小孩》致敬为了心中目标而默默耕耘的科研人员、公益人士、非遗传承人 在每个岗位坚守的人们，致敬所有日复一日努力，从未放弃心中信仰的人 | <ul style="list-style-type: none"> 主题微电影全平台总播放量逾 8,700 万、总平台总讨论数逾 65 万 |
| | 敢爱, 也敢不爱 七夕节特别策划 | 启动时间: 2023 年 5 月 项目内容: 珀莱雅联合网易云发起「敢爱, 也敢不爱」七夕节特别企划, 发起一场以音乐为线索的爱情试验, 我们携手网易云音乐与金玟岐特别呈现七夕爱情主题曲《我要的幸福》, 邀请章若楠拍摄主题曲 MV 并特别呈现七夕主题短片。关于爱情的迷思, 我们这样作答: 当你勇敢尊崇自己的内心, 当你敢爱, 也敢不爱, 爱情, 始终存在 | <ul style="list-style-type: none"> 主题短片全平台总播放量逾 2,179 万、全平台总讨论数逾 46 万 印发 1.9 万《了解亲密关系中的自我》测试卡片 |
| | 世上不止妈妈好 母亲节特别策划 | 启动时间: 2023 年 5 月 项目内容: 母亲节, 珀莱雅继续关注妈妈们的境遇, 关注家庭责任中那些看得见的体力劳动和看不见的精神劳动, 呼吁大家一起正视传统家庭劳动关系中妈妈的辛苦和困境, 并提出品牌态度提出「有些好, 妈妈做得到, 但世上不该只有妈妈好」, 通过主题 TVC《世上不止妈妈好》、创意周边「全家人的围裙」、创意海报, 并改编儿歌《世上不止妈妈好》, 呼吁每个家庭成员不仅可以看得到「妈妈的好」, 也可以共同承担起家庭责任 | <ul style="list-style-type: none"> 主题短片全平台总播放量逾 2,220.8 万、全平台总讨论数逾 25 万 |

此外, 2023 年珀莱雅品牌携手“它基金”、奶龙 IP 联合开展“流浪动物过冬计划”, 印发 10,000 册《流浪动物科学救助科普手册》, 并将“流浪猫窝联名礼盒”销售额的 5% 定向捐赠给地方救助基地, 让更多小动物得到救助。

公益慈善

2023 年, 珀莱雅发起珀莱雅基金会, 以“让更多人拥有美好的生活”为使命, 致力于推动教育发展、探索社会创新、驰援应急救援、助力员工公益。**报告期内, 珀莱雅向基金会捐赠资金 640.23 万元。**同时, 依托珀莱雅基金会的平台, 公司开展了一系列员工志愿者活动。

- 在世界地球日, 发起“美好行动、让地球因你而变美”主题活动, 通过倡导、旧物改造环保主题观影活动, 鼓励员工参与环保公益、低碳行动
- 发起“哈基米冬日温暖计划”, 共 10 位员工为流浪宠物捐赠物资及参与义工活动

此外, 公司积极贯彻落实中共中央国务院印发《中共中央国务院关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见》参与乡村振兴工作, 通过购买助农产品, 支持云和县振兴工作、助力其发展经济。**报告期内, 公司购买助农产品价值 19.2 万元。**

公司治理

亮点绩效



公司治理体系

公司遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上海证券交易所股票上市规则》《上市公司治理准则》等相关法律法规及相关规定，制定《公司章程》等管理制度，完善公司法人治理结构，不断提高公司规范运作水平。

公司严格按照《公司章程》规范地召集、召开股东大会，平等对待所有股东，并尽可能为股东参加股东大会提供便利，使其充分行使股东权利。

2023 年，公司进一步修订《对外投资经营决策管理制度》《独立董事工作制度》《关联交易决策制度》《对外担保决策管理制度》《募集资金管理制度》等制度，新增《珀莱雅化妆品股份有限公司董事会议事规则》《委托理财管理制度》《会计师事务所选聘制度》等制度，提升公司治理的合规性。

各股东、董事、监事和高级管理人员均勤勉尽责，按照规章制度及相关议事规则的规定切实地行使权利、履行义务。公司治理实际情况符合中国证监会、上海证券交易所发布的有关上市公司治理的规范性文件要求，未收到被监管部门采取行政监管措施的有关文件。

公司董事会组成及三会召开情况 >

董事会与监事会组成

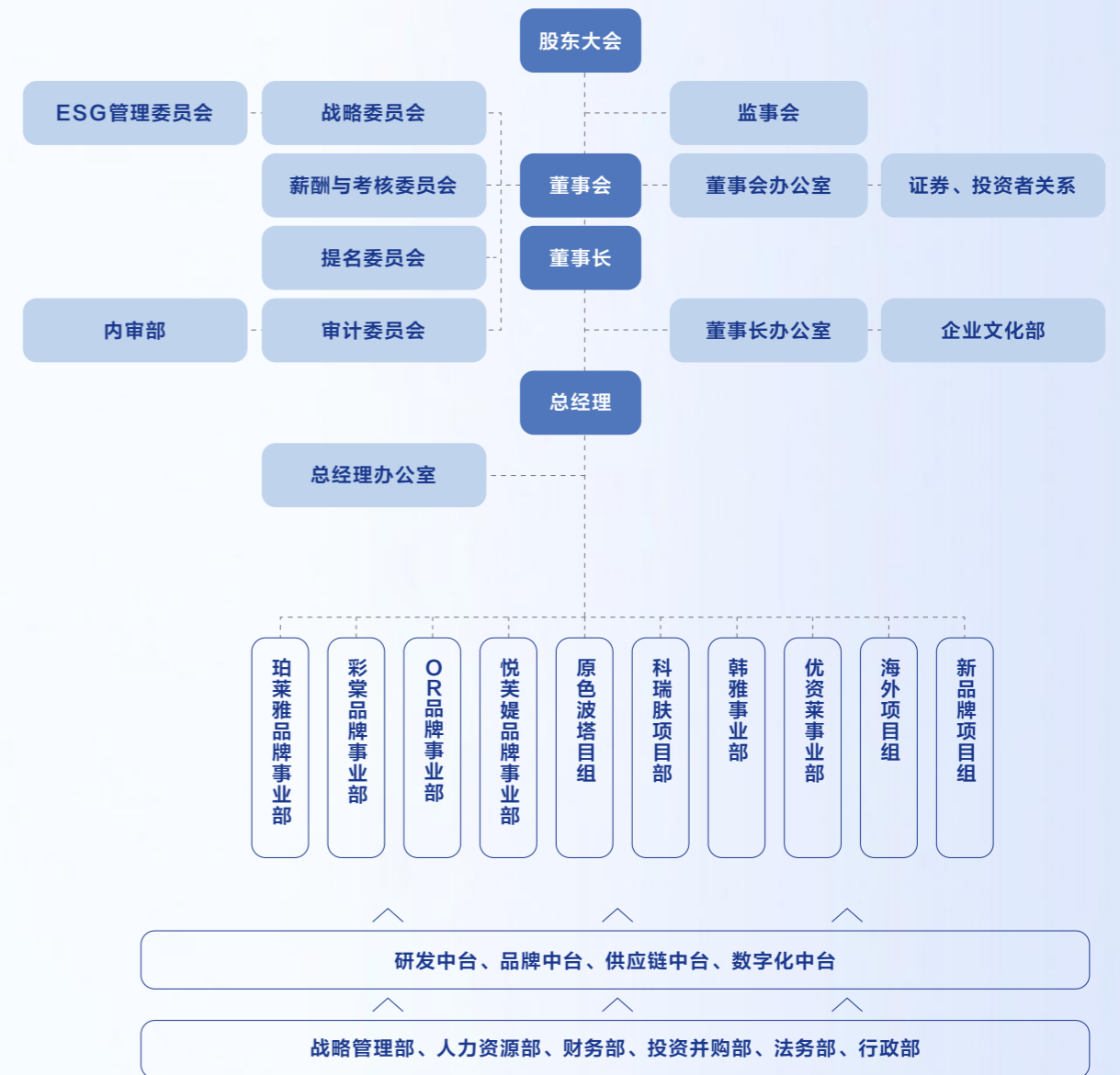
| | |
|------------------|------------------------------|
| 董事会董事 5 名 | 独立非执行董事 2 名 |
| 执行董事 3 名 | 监事 3 名 (其中职工代表监事 1 名) |

三会召开情况

| | |
|------------------|------------------------|
| 股东大会 4 次 | 监事会会议 6 次 |
| 董事会会议 8 次 | 董事会各专门委员会会议 9 次 |

共审议、审阅、审查或听取议案、报告 **139** 项

公司治理架构图



公司董事及高管薪酬构成 (单位: 人民币元) v

| 姓名 | 职务 | 固定工资 | | | 可变薪酬 | | 全年报酬总额 | 股权支付 |
|-----|-------------------|---------|---------|---------|---------|--------------|--------------|------|
| | | 基本工资 | 岗位工资 | 津贴及其他报酬 | 可持续绩效 | 年度奖金 | | |
| 侯军呈 | 董事长 | 240,000 | 240,000 | 672,000 | 300,000 | 1,863,873.33 | 3,315,873.33 | 0 |
| 方玉友 | 董事 总经理 | 240,000 | 240,000 | 672,000 | 300,000 | 1,842,485.00 | 3,294,485.00 | 0 |
| 侯亚孟 | 董事 副总经理 | 86,000 | 86,000 | 128,000 | 70,000 | 456,261.80 | 826,261.80 | 0 |
| 金衍华 | 副总经理 | 120,000 | 120,000 | 264,000 | 220,000 | 1,832,090.00 | 2,556,090.00 | 0 |
| 王莉 | 副总经理 董秘 兼财总 | 120,000 | 120,000 | 480,000 | 250,000 | 1,555,658.73 | 2,525,658.73 | 0 |

针对董事及高管, 公司建立完善的薪酬激励制度。公司董事及高管薪酬由固定工资及可变薪酬两部分组成, 可变薪酬的数额由董事及高管的年度绩效表现决定。其中, 公司将可持续绩效作为可变薪酬的一部分, 将公司可持续发展表现与董事及高管薪酬相挂钩, 从而推动公司可持续发展目标的实现。

投资者关系

信息披露与投资者沟通

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》等相关法律及相关规定, 履行信息披露义务, 保证公司信息披露的真实、准确、完整、及时, 确保所有投资者公平地获取公司信息。报告期内, 公司无违反信息披露与投资者权益的违规和处罚情形。

公司定期开展相关法律法规变更盘查, 严格按照监管要求更新内部《珀莱雅化妆品股份有限公司信息披露管理制度》等管理制度, 积极履行信息披露义务, 确保信息披露的准确性。此外, 公司组织董事、监事及高管开展《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上海证券交易所股票上市规则》等法律法规及相关规定学习, 确保其行为遵守信息披露的法律法规要求。同时, 公司设立完善的信息披露审批流程, 对外信息披露需得到董事会办公室的审核, 确保信息披露的合规性。

公司坚持投资者机会均等原则。为了进一步保障中小投资者权益, 公司制定《珀莱雅化妆品有限公司投资者关系管理制度》, 积极开展投资者的沟通互动工作, 通过电话、邮箱、上证“e互动”、业绩说明会、参观调研、在线交流等多种沟通方式, 增强投资者对公司的了解与信任。

投资沟通渠道 >



电话

电子邮箱

上证 "e互动"

业绩说明会

投资者调研接待

2023 年, 公司积极开展投资者沟通互动工作, 开展多样化的业绩说明会、投资者交流活动。同时, 公司在东方财富、同花顺、雪球运营珀莱雅投资者关系官方账号, 持续拓宽与投资者沟通渠道。

公司投资者沟通绩效 >



公司信息披露及投资者沟通社会认可 >

| 奖项 | 颁发机构 |
|---------------------|-----------------|
| 2023 年上市公司董办最佳实践奖 | 中国上市公司协会 |
| 中国上市公司投资者关系天马奖 | 证券时报 |
| 中国主板上市公司价值 100 强 | 证券时报 |
| 中国上市公司阳光董秘奖 | 证券时报 |
| 中国上市公司年度创业先锋人物奖 | 证券时报 |
| 2023 年度最佳机构覆盖 IR 团队 | 进门财经 |
| 最佳信披奖 | IRSC 第七届中国卓越 IR |

投资者权益

近三年现金分红派息情况 >

在努力实现企业规模快速成长、企业经济效益稳步增长的同时, 公司根据盈利状况和生产经营发展需要, 关注对投资者的合理投资回报, 实行稳健的股利分配政策, 持续稳定分红, 积极回报股东。

| 年度 | 每 10 股派息数 (元) (含税) |
|------|--------------------|
| 2021 | 8.6 |
| 2022 | 8.7 |
| 2023 | 9.1 ¹¹ |

公司重视信用建设, 遵守信贷商业规则, 保障法律、行政法规及《公司章程》所赋予的债权人合法权益。2023 年, 联合资信评估股份有限公司在对公司经营状况、行业情况等进行分析与评估的基础上, 于 2023 年 6 月 16 日出具了《珀莱雅化妆品股份有限公司公开发行可转换公司债券 2023 年跟踪评级报告》, 本次公司主体长期信用等级为“AA”, 珀莱转债信用等级为“AA”, 评级展望为“稳定”。

每股社会贡献值反映了公司为社会和利益相关方创造的价值, 公司近三年每股社会贡献值为:

| 年度 | 2021 | 2022 | 2023 |
|--------------------------------|------|------|------|
| 每股社会贡献值 ¹² (元) (含税) | 7.24 | 7.18 | 7.38 |

¹¹ 2023 年度公司现金分红包括 2023 年年度拟派发金额每 10 股 9.1 元 (含税)、2023 年半年度现金分红金额每 10 股 3.80 元 (含税) 以及 2023 年度集中竞价方式回购股份金额, 合计占 2023 年度合并报表归属于上市公司股东净利润的 45.98%

¹² 每股社会贡献值 = (公司净利润 + 年内为国家创造的税收 + 向员工支付的工资 + 向银行等债权人给付的借款利息 + 对外捐赠额等) / 其他利益相关者创造的价值额 - 因环境污染等造成的其他社会成本 / 公司股份总数

内部控制

公司内审部定期开展专项审计、离任审计等项目，强化公司营商活动的合法性、合规性及真实性，在重点的合同履行、关联交易等方面进行严格的检查，及时处理违规或失约事件，促进公司业务流程与运营机制不断完善。2023 年内审部开展 **14** 项专项审计和 **10** 项其他检查工作，针对存在问题的审计项目，实时和被审计单位沟通及复核，确保审计整改的落实情况。此外，公司荣获浙江大学管理学院、浙江大学财务与会计研究所、浙江大学全球浙商研究院等协会颁发的“**2023 年度浙江上市公司最佳内控奖 Top30**”奖。

14 项
专项审计

10 项
其他检查工作

TOP30
年度浙江上市公司最佳内控奖

合规运营

亮点绩效

董事参与反贪污相关培训覆盖率
100%

对发行人或其员工提出并已审结的贪污诉讼案件
0起

合规管理体系

珀莱雅将合规运营视作公司稳健发展的基石，为此建立起健全的合规管理制度并不断完善。公司积极识别生产经营过程中的合规风险，重点关注反贪污、反贿赂、环境、劳工人权等领域涉及的风险点。

公司设立多层次的监察举报机制，设置了包括内部的《员工监察举报管理制度》和外部的举报热线、举报邮箱等多种合规举报渠道。我们认真负责地对待每个举报事件，由公司的内审部负责牵头调查处理相关问题。

员工举报处理流程 >



登记

- 内审部设置举报登记人员记录所有举报事项



受理

- 内审部内部讨论，确定是否具备调查条件以及是否重大
- 对重大的举报事项，及时向副总经理、总经理、董事长或审计委员会汇报



成立调查组

- 内审部负责人指定具体举报调查项目负责人，成立审查小组，进行调查
- 调查涉及需要各职能部门、事业部或分子公司派人配合的或参与的各单位应予以支持

举报人保护措施 >



调查

- 举报调查项目负责人开展调查工作
- 调查工作应在举报事项受理之日起 30 日内完成，如因审计工作计划安排困难或重大疑难事项，可以适当进行延长，但最长不超过 90 日



报告

- 调查小组出具调查报告，上报总经办批准后按照公司相关规定处理
- 重大事项需上报审计委员会和董事会
- 对于触犯国家法律的举报事项，移交司法机关处理

- 举报工作人员严格保密举报人的相关信息、举报事项的具体内容，相关调查工作在不暴露举报人身份的情况下进行。除非举报人同意，否则任何情况下，不公开举报人的姓名、部门、联系方式等信息

- 对于违反保密规定或不正当履行职责的举报工作人员，需要根据情节和后果给予严肃处理。构成犯罪的，移交司法机关处理

- 任何单位和个人不得以任何借口阻拦、压制举报人举报，不得采取任何方式打击报复举报人。打击报复举报人或其家属的，一经查实，依照公司有关规定严肃处理，构成犯罪的，移送司法机关依法进行处理

- 举报事项查证属实，使违法违纪者受到应有惩处，并为公司挽回或减少损失的，内审部可以建议按照公司相关规定给予表彰或奖励。为了保护举报人，除非举报人同意，否则奖励发放经 CEO 批准后，应采用不公开的形式

报告期内,为提升合规管理体系效率,公司从“预防式法务”向“战略式法务”转型,深入法务的专业化、分工化、精细化管理,统一各品牌法务管理标准。同时,公司通过刊发法治内刊、主题宣传活动、法律专题培训、以及同行法务交流与培训等工作,持续提升自身及员工合规运营的意识。

法治合规培训及宣贯工作 >

| 工作 | 成果 |
|---------------|---|
| 刊发法治内刊《珀·尚法荟》 | <ul style="list-style-type: none"> 编制发布 5 期内刊, 涵盖“新规速递、热点评析、以案释法”三大内容版块, 全面提升员工风险防范意识 |
| 主题宣传活动 | <ul style="list-style-type: none"> 组织开展“4.26 知识产权日主题宣传”2 场面向全员的“线下互动型”合规宣贯主题活动 联合组织开展“珀莱雅阳光行为主题宣传周”活动, 制定、发布并宣讲《珀莱雅阳光行为准则》《珀莱雅“‘廉’接你我, 阳光同行”倡议书》 制作播放《“阳光行为”主题宣传视频》, 并开展员工有奖知识问答 |
| 法律专题培训 | <ul style="list-style-type: none"> 组织开展 2 场劳动用工合规专场培训, 内容涵盖“劳动用工法律风险防范及处理技巧”和“劳动用工管理与风险防范” 组织开展 8 场知识产权培训, 提升保障自身知识产权能力、降低侵害他人知识产权的风险 开展 3 场电商法务合规培训, 提升电商运营管理的合规性 |
| 同行法务交流与培训 | <ul style="list-style-type: none"> 组织公司法务参加外部专家主讲的“广告合规培训”“民法典合同编司法解释解读”等多场法律主题专业培训 面向快销品行业 30 余家公司法务, 组织筹办“走进珀莱雅——企业职能架构优化下的法务赋能和价值创造” LCOUNCIL 名企走访交流活动, 与行业嘉宾分享公司法务职能管理、电商合规、知识产权合规等法务实践经验 |

反腐败与商业道德

公司高度重视在商业经营活动中的道德准则, 严格遵守《中华人民共和国反不正当竞争法》《浙江省反不正当竞争条例》《中华人民共和国招标投标法》《中华人民共和国刑法》等相关法律法规, 制定《反商业贿赂反腐败管理办法》《珀莱雅阳光行为准则》《珀莱雅 32 条》等管理制度, 杜绝公司内部存在腐败行为。公司设有完善的公司治理与内控管理架构, 董事会下设审计委员会统筹、规划反腐败与商业道德管理工作; 内审部负责执行反腐败与商业道德工作。**报告期内, 公司未发生贪污、贿赂、勒索、欺诈及洗黑钱的事件, 也未有上述事项引起的诉讼案件发生。**

针对公司员工, 珀莱雅贯彻落实《珀莱雅 32 条》, 与员工签署《廉洁自律承诺书》, 强化员工“诚实正直, 廉洁守信”的意识。另外, 公司董事与高管均签署《廉洁自律公约》, 恪守珀莱雅的商业道德准则。

在供应商采购和品牌合作方面, 公司要求所有原料、包装材料供应商签署《商业准则承诺书》, 品牌宣传合作方需签署《廉洁合作协议书》, 严格遵从反贪污反贿赂原则, 并于采购合同中明确商业贿赂定义和违规处罚条例。对于违反公司反腐败原则的供应商, 公司将其列入黑名单; 供应商行为构成犯罪的, 公司将提交国家机关追究其刑事责任。同时, 公司要求采购人员签署《采购人员道德行为准则承诺书》, 在采购管理环节严格管控职业受贿风险。

公司制定覆盖前、中、后台全业务的审计规划, 涵盖原料与包材采购、媒体采购及存货管理等业务环节, 并依据规划有序开展反腐败与商业道德审计。公司计划每三年完成对公司业务全流程、所有运营点的商业道德与反腐败审计, 重点关注合同签订合规审计、财务审计、销售返利与折扣的确认等高商业道德风险领域, 以确保公司反腐败与商业道德的管理有效性。公司将基于审计结果, 评估风险级别, 视实际情况再制定进一步整改及再审计计划, 尽可能排除反腐败与商业道德风险。

反腐败与商业道德
亮点绩效与认可 >

2023 年, 公司开展多次反腐败与商业道德方面培训, 加强董事及高管、员工及供应商的反商业贿赂反腐败教育和廉洁文化建设。例如: 面向董事及骨干管理层开展的“遵守商业道德、强化廉洁自律”主题教育学习活动、覆盖全体员工(包含劳务派遣员工和兼职员工)的“商业道德标准与廉洁反腐”主题培训(例如:“阳光行为宣传周”)、每月开展针对新员工开展的合规培训以及面向供应商开展的供应商商业道德培训。

2023 年, 公司在反腐败与商业道德方面累计开展培训 3 次, 分别为: 面向董事及骨干管理层的“遵守商业道德、强化廉洁自律”主题教育学习活动、覆盖全体员工(包含劳务派遣员工和兼职员工)的“商业道德标准与廉洁反腐”主题培训、面向供应商开展供应商商业道德培训, 加强董事及高管、员工及供应商的反商业贿赂反腐败教育和廉洁文化建设。

- 供应商《珀莱雅商业准则承诺书》签署率达 100%

- 彩妆工厂获得成员道德经营审查 (Sedex Members Ethical Trade Audits, SMETA) 认证, 涵盖劳工准则、健康、安全与劳工环境、环境管理以及商业道德方面

知识产权保护

知识产权管理措施 >

公司严格遵守《中华人民共和国专利法》《中华人民共和国著作权法》《中华人民共和国商标法》等法律法规, 建立了《知识产权管理制度》等一系列知识产权管理制度, 在保护自身知识产权的同时确保不侵犯他人知识产权。

公司建立 IP (Intellectual Property, 知识产权) 管理体系, 从 IP 布局与管理、风险预警与管控、流程制度建设、专业人才培养、信息化工具建设等方面加强公司知识产权保护。同时, 公司新增《珀莱雅音视频制作发布合规指引》《珀莱雅直播间音乐播放合规指引》等管理制度, 规范各事业部门在音视频制作、发布等方面的合规使用, 排除潜在知识产权侵权风险。

保护自身知识产权

- 在研发项目立项时, 开展知识产权检索、盘查; 对可能侵犯他人知识产权研发项目实行一票否决权
- 在研发项目开发过程中, 及时将研发过程中产生的知识产权进行保护
- 积极进行知识产权登记、备案、申请、注册等确权工作

不侵犯他人知识产权

- 公司研发立项、新品开发活动以及引进或出口新技术、新产品前, 必须进行查新和检索以确定是否侵犯他人知识产权
- 规范各事业部门在软件、字体、图片等方面的使用, 排除潜在知识产权侵权风险

知识产权宣传

- 设立知识产权培训和宣传基金, 每年开展知识产权培训和宣传工作
- 制定《珀莱雅音视频制作发布合规指引》《珀莱雅直播间音乐播放合规指引》《珀莱雅参展知识产权合规指引》知识产权指引手册, 提升知识产权保护意识

报告期内, 公司组织开展 8 场知识产权培训, 其中包括 5 场外部专家培训, 3 场内部法务培训, 涵盖“专利挖掘与布局”“专利情报助力研发创新”“图片使用合规指引宣贯”等内容, 提高自身知识产权管理能力以及不侵害他人知识产权的意识。同时, 公司新申请 47 件专利、95 件注册商标、新获授权各类专利 41 件, 新获得注册商标 62 件、新获得版权登记 5 件、版权存证 21 件, 有效保护自身的创新成果和各项知识产权。

公司针对违法侵权行为展开各项打击、诉讼活动。报告期内, 公司旗下珀莱雅品牌就线上仿冒、线下店招主动维权, 完成 48 起立案, 已结案 4 起, 均为和解结案; Off&Relax 已提交民事立案 28 起; 悦芙媞已提交立案 236 起, 维护公司及消费者合法权益。

ESG 关键量化绩效表

环境数据¹

| 披露项 | 单位 | 2021 年度 | 2022 年度 | 2023 年度 |
|--|----------|---------------|---------------|---------------|
| 因违反环境保护法律法规而受到处罚的事件数 | 件 | 0 | 0 | 0 |
| 耗电量 ² | 兆瓦时 | 12,161.96 | 15,970.07 | 17,728.44 |
| 清洁电力消耗总量 ³ | 兆瓦时 | —— | 3,838.99 | 8,318.95 |
| 万元营收耗电量 | 千瓦时 / 万元 | 26.25 | 25.01 | 19.91 |
| 天然气消耗总量 | 立方米 | 295,436.00 | 368,936.00 | 397,113.82 |
| 万元营收天然气消耗量 | 立方米 / 万元 | 0.64 | 0.58 | 0.45 |
| 汽油用量 ⁴ | 升 | 291,954.00 | 52,620.00 | 86,678.73 |
| 柴油用量 ⁵ | 升 | 42,614.00 | 39,903.00 | 69,948.07 |
| 总耗水量 | 立方米 | 208,614.90 | 253,488.70 | 272,865.52 |
| 万元营收耗水量 | 立方米 / 万元 | 0.45 | 0.40 | 0.31 |
| 循环用水总量 | 立方米 | 15,000.00 | 13,000.00 | 19,000.00 |
| 水循环与再利用的总量占总耗水量的比例 | % | 7.19 | 5.13 | 6.96 |
| 包装材料使用总量 ⁶ | 吨 | 24,175.23 | 29,606.21 | 41,005.70 |
| 万元营收包装材料使用量 | 千克 / 万元 | 52.18 | 46.37 | 46.05 |
| 废气排放总量 ⁷ | 立方米 | 16,368,000.00 | 16,080,000.26 | 38,376,000.26 |
| 万元营收废气排放总量 | 立方米 / 万元 | 35.33 | 25.18 | 43.10 |
| 工业废水排放量 | 立方米 | 13,500.00 | 20,219.00 | 24,329.00 |
| 万元营收工业废水排放量 | 立方米 / 万元 | 0.03 | 0.03 | 0.03 |
| (废水中) 化学需氧量 (COD) 排放量 | 千克 | 675.00 | 1016.00 | 1160.00 |
| 万元营收 (废水中) 化学需氧量 (COD) 排放量 | 克 / 万元 | 1.46 | 1.59 | 1.30 |
| (废水中) 生化需氧量 (BOD) 排放量 | 千克 | 135.00 | 172.00 | 242.00 |
| 万元营收 (废水中) 生化需氧量 (BOD) 排放量 | 克 / 万元 | 0.29 | 0.27 | 0.27 |
| (废水中) 氨氮 (NH ₃ -N) 排放量 | 千克 | 67.50 | 104.40 | 60.00 |
| 万元营收 (废水中) 氨氮 (NH ₃ -N) 排放量 | 克 / 万元 | 0.15 | 0.16 | 0.07 |

| 披露项 | 单位 | 2021 年度 | 2022 年度 | 2023 年度 |
|-----------------------------|---------------|----------|----------|-----------|
| 所产生一般废弃物总量 ⁸ | 吨 | 751.84 | 1267.63 | 1638.79 |
| 万元营收一般废弃物排放量 | 千克 / 万元 | 1.62 | 1.99 | 1.84 |
| 所产生危险废弃物总量 ⁹ | 吨 | 1.00 | 0.98 | 0.58 |
| 万元营收危险废弃物排放量 | 克 / 万元 | 2.16 | 1.53 | 0.65 |
| 温室气体排放总量 (范围一、范围二) | 吨二氧化碳当量 | 8,426.86 | 7,933.90 | 7,420.89 |
| 范围一温室气体排放量 ^{10、11} | 吨二氧化碳当量 | 1,360.77 | 1,015.54 | 2,054.66 |
| 范围二温室气体排放量 ^{10、12} | 吨二氧化碳当量 | 7,066.10 | 6,918.35 | 5,366.23 |
| 万元营收温室气体 (范围一、范围二) 排放量 | 千克二氧化碳当量 / 万元 | 18.19 | 12.42 | 8.33 |
| 范围三温室气体排放量 ¹⁰ | 吨二氧化碳当量 | / | / | 88,194.52 |

注:

[1] 2021 年、2022 年数据口径涵盖了珀莱雅总部大楼的办公、研发及湖州生产基地护肤工厂和彩妆工厂。2023 年数据口径涵盖珀莱雅总部大楼的办公、湖州生产基地护肤工厂 (含报告期内新建成的物流中心)、彩妆工厂。当前数据已覆盖珀莱雅化妆品业务中除各地销售办公室外的主要运营点

[2] 耗电量涵盖公司外购电力的使用量及清洁电力使用量。2023 年, 业务增长, 因此耗电量有所增长

[3] 清洁电力消耗总量涵盖光伏发电使用量及外购绿色电力使用量。2023 年, 公司增加光伏发电设备以及外购绿电, 因此清洁电力消耗总量增加

[4] 2023 年, 公司不受外部因素影响, 外出拜访恢复正常。此外, 公司新购汽油汽车。因此, 汽油耗油量增加

[5] 2023 年, 业务增长, 因此柴油耗油量增加

[6] 包装材料使用总量涵盖一级包装、二级包装及包装辅料。2023 年, 公司业务增长, 因此使用包装材料有所增长

[7] 2023 年, 护肤工厂制膏废气处理设施正式投产, 因此废气产生量增加。此设备有效收集生产过程产生的废气和粉尘, 降低粉尘及有机废气排放

[8] 2023 年, 公司完善一般废弃物统计范围, 涵盖生活垃圾、一般生产废弃物以及纸箱、塑料纸、塑料桶等可回收废弃物; 并开展数据追溯。经复核, 一般废弃物相关绩效指标的近三年数据, 以本年度报告披露数据为准

[9] 2023 年, 公司完善危险废弃物统计口径, 并开展数据追溯。经复核, 危险废弃物相关绩效指标的近三年数据, 以本年度报告披露数据为准

[10] 2023 年, 公司依据 ISO 14064 进行盘查并通过核查, 核查证书见“温室气体核查声明”

[11] 2021-2022 年范围一计算的是汽油、柴油及天然气的碳排放量。计算方法参考生态环境部《企业温室气体排放核算方法与报告指南 发电设施》(2022 年修订版)。2023 年, 公司完善统计口径范围一碳排放涵盖汽油、柴油、天然气、灭火器及空调冷媒等碳排放。此外, 公司汽油、柴油消耗量增加, 因此范围一碳排放量增加。2023 年范围一计算因子采用《IPCC 国家温室气体清单指南》相关因子

[12] 范围二计算使用电网供电的碳排放量, 公司使用光伏发电的电力和购买的绿色电力不计算碳排放。温室气体排放计算方法参考生态环境部《企业温室气体排放核算方法与报告指南发电设施》(2022 年修订版)。范围二温室气体计算公式: 全国电网供电 * 全国电网平均排放因子, 2021 年电力排放因子选用 0.5810tCO₂/MWh, 2022 年以及 2023 年采用《关于做好 2023-2025 年发电行业企业温室气体排放报告管理有关工作的通知》中全国电网平均排放因子 0.5703tCO₂/MWh 计算

产品与客户责任

| 披露项 | 单位 | 2021 年度 | 2022 年度 | 2023 年度 |
|---|----|---------|---------|---------|
| 接获关于产品及服务的投诉数目 | 件 | 310 | 2,120 | 3,925 |
| 投诉处理率 | % | 100% | 100% | 100% |
| 产品和服务的健康与安全方面发生的违法违规的事件数 | 件 | 0 | 0 | 0 |
| 在市场推广方面（包括广告、推销及赞助）发生违法违规事件的总数 ¹ | 件 | 0 | 0 | 3 |
| 违反有关产品和服务信息与标识的法规及自愿性准则的事件总数 | 件 | 0 | 0 | 0 |
| 违反有关客户隐私保护的法规的事件数 | 次 | 0 | 0 | 0 |

注:

[1] 2023 年, 美丽谷和宁波汤愈 2 家公司在三八促销活动期间, 因使用第三方工具发送推广短信时误选人群包, 构成“未经他人同意发送广告”, 分别被属地市场监督管理局处以行政处罚。公司相关部门已全面复盘, 优化短信推广复核程序, 规避同类事件再发生

2023 年, 美丽谷在个别电商平台发布商品宣传页面时因漏标文字, 构成“广告以引人误解的内容误导消费者”, 被属地市场监督管理局处以行政处罚。公司相关部门已全面复盘及整改, 加强营销推广审核监督机制, 规避同类事件再发生

供应链管理

| 披露项 | 单位 | 2021 年度 | 2022 年度 | 2023 年度 |
|------------------------------------|----|---------|---------|---------|
| 供应商总数 ¹ | 家 | 604 | 730 | 791 |
| 大陆地区的供应商数 | 家 | 599 | 724 | 782 |
| 港澳台及海外地区的供应商数 | 家 | 5 | 6 | 9 |
| 接受环境、劳工、道德等方面评估的供应商比例 ² | % | 17.88 | 30.41 | 33.38 |
| 通过环境、劳工、道德等方面评估的供应商比例 ³ | % | 96.30 | 95.05 | 100.00 |

注:

[1] 2022 年供应商数据的统计口径为生产环节的物料、服务类供应商和线下销售的供应商, 不包括品牌营销等的供应商。2023 年, 公司进一步完善统计口径, 公司供应商统计口径涵盖生产环节的物料、服务类供应商、线下销售和品牌营销的供应商, 不包括品牌代言人和 KOL

[2] 接受环境、劳工、道德等方面评估的供应商比例 = 接受环境、劳工、道德等方面评估的供应商数量 / 供应商总数 (时期末)

[3] 通过环境、劳工、道德等方面评估的供应商比例 = 通过环境、劳工、道德等方面评估的供应商数量 / 接受环境、劳工、道德等方面评估的供应商数量

员工数据

| 披露项 | 单位 | 2021 年度 | 2022 年度 | 2023 年度 |
|---------------------------|----|---------|---------|---------|
| 员工雇佣 | | | | |
| 员工总数 ¹ | 人 | 2,844 | 3,177 | 2,971 |
| 男性员工数 | 人 | 642 | 751 | 877 |
| 女性员工数 | 人 | 2,202 | 2,426 | 2,094 |
| 30 岁以下的员工人数 (含本数) | 人 | 1,192 | 1,408 | 1,584 |
| 30 岁至 50 岁的员工人数 | 人 | 1,612 | 1,723 | 1,338 |
| 50 岁以上的员工人数 (含本数) | 人 | 40 | 46 | 49 |
| 在中国大陆工作的员工人数 | 人 | 2,844 | 3,177 | 2,971 |
| 在港澳台及海外工作的员工人数 | 人 | 0 | 0 | 0 |
| 基层员工人数 | 人 | 2,598 | 2,875 | 2,596 |
| 中级管理层员工人数 | 人 | 231 | 285 | 358 |
| 高级管理层员工人数 | 人 | 15 | 17 | 17 |
| 中级管理层中女性员工占比 ² | % | 60.17 | 62.46 | 59.50 |
| 高级管理层中女性员工占比 ³ | % | 20.00 | 17.65 | 23.53 |
| 研发人员数量 ⁴ | 人 | 159 | 229 | 322 |
| 违反员工雇佣及劳工法律法规所受处罚的次数 | 件 | 0 | 0 | 0 |
| 职业健康与安全 | | | | |
| 因工伤损失的工作日数 | 天 | 0 | 0 | 0 |
| 因工伤关系而死亡的员工人数 | 人 | 0 | 0 | 0 |
| 因工伤关系而死亡的员工比例 | % | 0 | 0 | 0 |
| 员工培训与发展 | | | | |
| 员工培训覆盖率 ⁵ | % | 49.75 | 46.27 | 90.51 |
| 培训覆盖的男性员工的比例 | % | 28.50 | 27.96 | 74.12 |
| 培训覆盖的女性员工的比例 | % | 55.95 | 51.94 | 97.37 |
| 培训覆盖的基层员工的比例 | % | 52.23 | 44.31 | 89.14 |

| 披露项 | 单位 | 2021 年度 | 2022 年度 | 2023 年度 |
|--------------------------|----|---------|---------|---------|
| 员工培训与发展 | | | | |
| 培训覆盖的中级管理层员工的比例 | % | 25.11 | 64.91 | 100.00 |
| 培训覆盖的高级管理层员工的比例 | % | 0 | 64.71 | 100.00 |
| 员工接受培训平均小时数 ⁶ | 小时 | 19.31 | 17.40 | 18.04 |
| 男员工接受培训平均小时数 | 小时 | 4.00 | 8.53 | 14.30 |
| 女员工接受培训平均小时数 | 小时 | 23.77 | 20.15 | 19.61 |
| 基层员工接受培训平均小时数 | 小时 | 20.60 | 18.05 | 17.76 |
| 中级管理层接受培训平均小时数 | 小时 | 6.03 | 11.51 | 20.47 |
| 高级管理层接受培训平均小时数 | 小时 | 0 | 5.76 | 10.09 |
| 员工流失率 ⁶ | % | 26.79 | 28.83 | 43.86 |
| 男性员工流失率 | % | 18.22 | 29.16 | 22.01 |
| 女性员工流失率 | % | 29.29 | 28.73 | 53.01 |
| 30 岁以下员工的流失率 | % | 27.35 | 34.16 | 36.49 |
| 30 岁至 50 岁员工的流失率 | % | 26.61 | 25.01 | 53.44 |
| 50 岁以上员工的流失率 | % | 17.50 | 8.70 | 20.41 |

注:

[1] 员工数据仅统计报告期末全职劳动合同制员工, 不包含劳务派遣员工和兼职员工

[2] 中级管理层中女性员工占比 = 中级管理层女性员工人数 / 中级管理层员工人数 (时期末)

[3] 高级管理层中女性员工占比 = 高级管理层女性员工人数 / 高级管理层员工人数 (时期末)

[4] 员工培训覆盖率 = 报告期内该类别员工培训人数 (时期末) / 该类别员工总人数 (时期末)

[5] 员工接受培训平均小时数 = 该类别员工培训总时长 (时期末) / 该类别员工总人数 (时期末)。2022 年, 培训时长数据不包括反腐败培训时。2023 年, 公司调整员工培训统计范围, 将反腐败培训数据纳入员工培训统计范围内

[6] 员工流失率 = 报告期内该类别员工的流失人数 / 该类别员工总人数 (时期末)。2023 年, 珀莱雅线下业务缩减, 门店数量减少导致员工流失率增加

反腐败¹

| 披露项 | 单位 | 2021 年度 | 2022 年度 | 2023 年度 |
|----------------------------|----|---------|---------|---------|
| 报告期内对发行人或其员工提出并已审结的贪污诉讼案件数 | 件 | 0 | 0 | 0 |
| 全体董事接受反腐败培训的覆盖率 | % | —— | 100 | 100 |
| 全体董事接受反腐败培训的人均小时数 | 小时 | —— | 1.50 | 3 |
| 全体员工接受反腐败培训的覆盖率 | % | —— | 100 | 100 |
| 全体员工接受反腐败培训的人均小时数 | 小时 | —— | 2.50 | 3.02 |

注:

[1] 2021 年反腐败培训相关数据未开展统计

社区与公益

| 披露项 | 单位 | 2021 年度 | 2022 年度 | 2023 年度 |
|------------------------|----|---------|---------|---------|
| 社区公益投入金额 ¹ | 万元 | 370.60 | 143.46 | 866.12 |
| 慈善捐赠金额 | 万元 | 370.00 | 143.46 | 850.14 |
| 员工志愿服务总时长 ² | 小时 | 0 | 285.00 | 765.00 |

注:

[1] 社区公益投入包括珀莱雅在各类社区公益及慈善捐赠活动中捐赠的资金和物资。2022 年, 受外部环境影响, 部分线下公益慈善活动暂缓开展, 且公司正在调整公益慈善投入方向, 因此实际发生的投入金额略有减少。2023 年, 公司社区投入工作恢复正常, 因此投入金额增加

[2] 2021 年受外部环境影响, 公司未开展线下员工志愿服务。2022 年, 公司配合社区组织员工开展志愿服务活动, 因此员工志愿服务总时长有所增长。2023 年, 公司员工志愿服务正常开展, 员工志愿服务总时长增加。其中, 基金会及公司积极提倡员工参与志愿服务

企业荣誉及社会认可

| 荣誉名称 | 颁发机构 |
|--------------------------------|---------------------|
| 国家知识产权优势企业 | 国家知识产权局 |
| 2023 年度绿色供应链管理企业 | 中华人民共和国工业和信息化部办公厅 |
| 中国轻工业化妆品行业十强企业年度评奖总排名第一名 | 中国轻工业联合会 |
| 高新技术企业 | 浙江省科学技术厅 |
| 年度上市公司董办优秀实践案例 | 中国上市公司协会 |
| 2023 年度浙江省未来工厂和智能工厂（数字化车间）认定名单 | 省经信厅技术创新处 |
| 2023 年浙江省级智能工厂 | 浙江省经济和信息化厅 |
| 2023 年度省级工业设计中心 | 浙江省经济和信息化厅 |
| 浙江省第一届知识产权商标三等奖 | 浙江省人民政府 |
| 2023 年度化妆品标准化工作先进单位 | 浙江省化妆品标准化技术委员会秘书处 |
| 杭州市四星总部企业 | 中共杭州市委杭州市人民政府 |
| 杭州市“鲲鹏企业”荣誉称号 | 中共杭州市委杭州市人民政府 |
| 湖州市文明单位 | 中共湖州市委湖州市人民政府 |
| 第四届温州慈善奖机构捐赠奖 | 温州市人民政府 |
| 第十七届中国主板上市公司价值 100 强 | 证券时报 |
| 中国上市公司投资者关系天马奖 | 证券时报 |
| 中国上市公司阳光董秘奖 | 证券时报 |
| 中国上市公司年度创业先锋人物奖 | 证券时报 |
| 资本市场价值榜：年度回报力奖 | 第一财经 |
| 高质量发展上市公司奖 | 时代周报 |
| 2023 年度最佳机构覆盖 IR 团队 | 进门财经 |
| 2023 明星上市公司 | 化妆品报 |
| 2023 第二届中国标杆智能工厂百强榜 | e-works 数字化企业网 |
| 反侵权假冒工作创新优秀案例 | 北京反侵权假冒联盟 CAASA |
| 天狼星最受大学生欢迎雇主品牌 | Moka+、港大 ICB、HRflag |
| 第二十届人民匠心品牌奖 | 人民网 |

| 荣誉名称 | 颁发机构 |
|-------------------------------|---------------|
| 2022 年度中国化妆品行业品牌（面部护肤类）——珀莱雅 | 中国香料香精化妆品工业协会 |
| 化妆品升级创新入围产品——珀莱雅双抗精华液 | 中国香料香精化妆品工业协会 |
| 2022 年度中国化妆品行业品牌（面部清洁类）——悦芙媞 | 中国香料香精化妆品工业协会 |
| Shopee2023 跨境精锐品牌奖——珀莱雅 | Shopee 平台 |
| 2023 超级增长品牌——珀莱雅 | 化妆品报 |
| 2023 国货化妆品品类优秀品牌（面霜、乳液类）——珀莱雅 | 化妆品报 |
| 2023 国货化妆品品类优秀品牌（精华类）——珀莱雅 | 化妆品报 |
| 化妆品升级创新产品——珀莱雅双抗精华液 | 化妆品报 |
| 2023 超级增长品牌——彩棠 | 化妆品报 |
| 2023 荣耀开启 年度黑马品牌——Off&Relax | 仪美尚 |

对标索引表

《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——规范运作》(2023) 索引表

| 条款及披露内容 | | 报告章节 |
|-----------------|-----------------|----------------------------------|
| 8.1 综述 | | 环境、社会与公司治理体系 |
| 8.2 经营原则 | | 合规运营 |
| 8.3 社会责任规划及工作机制 | | 珀莱雅可持续发展治理体系 ESG 治理体系 |
| 8.4 每股社会贡献值 | | ESG 数据绩效表 |
| 8.5 社会责任报告披露情况 | | 报告编制说明 |
| 8.6: (一) | 社会责任制度建设 | 环境责任 产品与客户责任 员工责任 社区责任 |
| 8.6: (二) | 履行社会责任存在的不足与问题 | 在市场推广方面 (包括广告、推销及赞助) 及产品和服务信息与标识 |
| 8.6: (三) | 改进措施和具体时间安排 | 公司已制定并落实相关管理制度, 并对相关业务部门开展培训 |
| 8.7 职工权益 | | 员工权益与福利 |
| 8.8: (一) | 遵守环境保护法律法规与行业标准 | 环境管理体系 |
| 8.8: (二) | 环境保护计划 | 环境责任 |
| 8.8: (三) | 自然资源使用 | 资源节约使用 |
| 8.8: (四) | 污染物处置 | 排放与废弃物 |
| 8.8: (五) | 污染防治设施 | 排放与废弃物 |
| 8.8: (六) | 环境保护相关税费缴纳 | 环境管理体系 |
| 8.8: (七) | 供应链环境安全 | 责任供应链 |
| 8.8: (八) | 其他环境保护责任 | 环境责任 |
| 8.9: (一) | 环境保护方针、目标及成效 | 环境责任 |
| 8.9: (二) | 年度资源消耗总量 | ESG 数据绩效表 |
| 8.9: (三) | 环保投资和环境技术开发 | 气候变化减缓与适应 |

| 条款及披露内容 | | 报告章节 |
|-------------|----------------------------|------------------|
| 8.9: (四) | 排放污染物种类、数量、浓度和去向 | 排放与废弃物 |
| 8.9: (五) | 环保设施建设和运行 | 环境责任 |
| 8.9: (六) | 废物处理、处置, 废弃产品回收综合利用 | 排放与废弃物 |
| 8.9: (七) | 与环保部门签订的自愿协议 | 不涉及 |
| 8.9: (八) | 受环保部门奖励情况 | 公司亮点绩效 - 水资源使用管理 |
| 8.9: (九) | 其他自愿披露信息 | 不涉及 |
| 8.10: (一) | 新、改、扩建的建设项目或重大投资 | 不涉及 |
| 8.10: (二) | 违反环境法律法规及处罚情况 | 不涉及 |
| 8.10: (三) | 环境问题重大诉讼或资产被查封、冻结、扣押、质押、抵押 | 不涉及 |
| 8.10: (四) | 重点排污单位 | 不涉及 |
| 8.10: (五) | 新颁布的法律法规等对公司影响 | 不涉及 |
| 8.10: (六) | 环境保护重大事件 | 不涉及 |
| 8.11 环保检查 | | 环境责任 |
| 8.12 重点排污单位 | | 公司未被纳入重点排污单位 |
| 8.13: (一) | 产品安全法律法规与行业标准 | 产品与客户责任 |
| 8.13: (二) | 生产环境与生产流程 | 产品与客户责任 |
| 8.13: (三) | 产品质量安全保障机制及事故应急预案 | 产品与客户责任 |
| 8.13: (四) | 其他生产与产品安全责任 | 产品与客户责任 |
| 8.14: (一) | 员工管理制度及违规处理措施 | 员工权益与福利 |
| 8.14: (二) | 防范职业性危害与配套安全措施 | 员工健康与安全 |
| 8.14: (三) | 员工培训 | 产品与客户责任 |
| 8.14: (四) | 其他员工权益保护责任 | 员工权益与福利 |
| 8.15 科学伦理 | | 研发创新 |

GRI《可持续发展报告标准》(2021)索引表

使用声明

珀莱雅化妆品股份有限公司在 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日参照 GRI 标准报告了在此份 GRI 内容索引中引用的信息。

使用的 GRI 1

GRI 1: 基础 2021

| GRI 标准 | 披露项 | 位置 |
|-----------------------|---------------------------|--|
| GRI 2: 一般披露 (2021) | 2-1 组织详细情况 | 关于珀莱雅 |
| | 2-2 纳入组织可持续发展报告的实体 | 报告编制说明 |
| | 2-3 报告期、报告频率和联系人 | 报告编制说明 |
| | 2-4 信息重述 | 报告编制说明 |
| | 2-6 活动、价值链和其他业务关系 | 主营业务和旗下品牌 可持续的价值链: 传递美 产品质量与安全 供应链责任 ESG 数据绩效表 |
| | 2-7 员工 | 员工责任 ESG 数据绩效表 |
| | 2-9 管治架构和构成 | 珀莱雅 ESG 管理架构 公司治理体系 |
| | 2-12 在管理影响方面, 最高管治机构的监督作用 | 珀莱雅 ESG 管理架构 公司治理体系 |
| | 2-13 为管理影响的责任授权 | 珀莱雅 ESG 管理架构 公司治理体系 |
| | 2-14 最高治理机构在可持续发展报告中的作用 | 珀莱雅 ESG 管理架构 |
| | 2-16 关键问题的沟通 | 利益相关方沟通 |
| | 2-17 最高治理机构的共同知识 | ESG 治理体系 |
| | 2-19 薪酬政策 | ESG 治理体系 公司治理 |
| | 2-22 关于可持续发展战略的声明 | 珀莱雅可持续发展治理体系 珀莱雅 ESG 管理架构 |

| GRI 标准 | 披露项 | 位置 |
|---------------------------|---------------------------|--|
| GRI 2: 一般披露 (2021) | 2-23 政策承诺 | 联合创始人致辞 |
| | 2-24 融合政策承诺 | 联合创始人致辞 |
| | 2-25 补救负面影响的程序 | 合规管理体系 |
| | 2-26 寻求建议和提出关切的机制 | 合规管理体系 |
| | 2-27 遵守法律法规 | 环境责任 产品与客户责任 供应链责任 员工责任 社区责任 公司治理 合规运营 |
| GRI 3: 实质性议题 (2021) | 2-29 利益相关方参与的方法 | 利益相关方沟通 |
| | 3-1 确定实质性议题的过程 | 实质性议题识别 |
| | 3-2 实质性议题列表 | 实质性议题识别 |
| GRI 201: 经济绩效 (2016) | 3-3 实质性议题的管理 | 实质性议题识别 |
| | 201-1 直接产生和分配的经济价值 | 公司亮点绩效 |
| | 201-2 气候变化带来的财务影响和其他风险和机遇 | 可持续的业务: 创造美 气候变化减缓与适应 |
| GRI 203: 间接经济影响 (2016) | 201-3 固定福利计划义务和其他退休计划 | 员工权益与福利 |
| | 203-1 基础设施投资和支持性服务 | 社区责任 |
| GRI 205: 反腐败 (2016) | 203-2 重大间接经济影响 | 社会倡导 |
| | 205-2 反腐败政策和程序的传达及培训 | 反腐败与商业道德 |
| GRI 301: 物料 (2016) | 205-3 经确认的腐败事件和采取的行动 | 反腐败与商业道德 |
| | 301-1 所用物料的重量或体积 | ESG 数据绩效表 |
| | 301-2 所用循环利用的进料 | ESG 数据绩效表 |
| GRI 302: 能源 (2016) | 301-3 再生产品及其包装材料 | ESG 数据绩效表 |
| | 302-1 组织内部的能源消耗量 | ESG 数据绩效表 |
| | 302-2 组织外部的能源消耗量 | ESG 数据绩效表 |
| | 302-3 能源强度 | ESG 数据绩效表 |

| GRI 标准 | 披露项 | 位置 |
|------------------------|---------------------------------------|-----------|
| GRI 302: 能源 (2016) | 302-4 减少能源消耗 | 资源节约使用 |
| | 302-5 产品和服务的能源需求下降 | 资源节约使用 |
| GRI 303: 水资源和污水(2018) | 303-1 组织与水作为共有资源的相互影响 | 资源节约使用 |
| | 303-2 管理与排水相关的影响 | 资源节约使用 |
| | 303-3 取水 | ESG 数据绩效表 |
| | 303-4 排水 | ESG 数据绩效表 |
| | 303-5 耗水 | ESG 数据绩效表 |
| GRI 305: 排放 (2016) | 305-1 直接 (范围 1) 温室气体排放 | ESG 数据绩效表 |
| | 305-2 能源间接 (范围 2) 温室气体排放 | ESG 数据绩效表 |
| | 305-3 其他间接 (范围 3) 温室气体排放 | ESG 数据绩效表 |
| | 305-4 温室气体排放强度 | ESG 数据绩效表 |
| | 305-5 温室气体减排量 | ESG 数据绩效表 |
| | 305-7 氮氧化物 (NOx)、硫氧化物 (SOx) 和其他重大气体排放 | ESG 数据绩效表 |
| GRI 306: 废弃物 (2020) | 306-1 废弃物的产生及废弃物相关重大影响 | 排放与废弃物 |
| | 306-2 废弃物相关重大影响的管理 | 排放与废弃物 |
| | 306-3 产生的废弃物 | ESG 数据绩效表 |
| | 306-4 从处置中转移的废弃物 | ESG 数据绩效表 |
| | 306-5 进入处置的废弃物 | ESG 数据绩效表 |
| GRI 308: 供应商环境评估 2016 | 308-1 使用环境评价维度筛选的新供应商 | 责任供应链 |
| | 308-2 供应链中的负面环境影响以及采取的行动 | 责任供应链 |
| GRI 401: 雇佣 (2016) | 401-1 新进员工雇佣率和员工流动率 | ESG 数据绩效表 |
| | 401-2 提供给全职员工 (不包括临时或兼职员工) 的福利 | ESG 数据绩效表 |
| | 401-3 育儿假 | ESG 数据绩效表 |
| GRI 403: 职业健康与安全(2018) | 403-1 职业健康安全管理体系 | 职业健康与安全 |
| | 403-2 危害识别、风险评估和事故调查 | 职业健康与安全 |
| | 403-3 职业健康服务 | 职业健康与安全 |
| | 403-4 职业健康安全事务: 工作者的参与、意见征询和沟通 | 员工权益与福利 |
| | 403-5 工作者职业健康安全培训 | 职业健康与安全 |

| GRI 标准 | 披露项 | 位置 |
|--------------------------|-------------------------------|----------------------|
| GRI 403: 职业健康与安全(2018) | 403-6 促进工作者健康 | 职业健康与安全 |
| | 403-7 预防和减缓与业务关系直接相关的职业健康安全影响 | 职业健康与安全 |
| | 403-8 职业健康安全管理体系覆盖的工作者 | 职业健康与安全 |
| | 403-9 工伤 | ESG 数据绩效表 |
| | 403-10 工作相关的健康问题 | 职业健康与安全 |
| GRI 404: 培训与教育 (2016) | 404-1 每名员工每年接受培训的平均小时数 | ESG 数据绩效表 |
| | 404-2 员工技能提升方案和过渡援助方案 | 人力资本发展 |
| GRI 405: 多元性与平等机会 (2016) | 405-1 管治机构与员工的多元化 | ESG 数据绩效表 |
| GRI 406: 反歧视 (2016) | 406-1 歧视事件及采取的纠正行动 | 员工权益与福利 |
| GRI 408: 童工 (2016) | 408-1 具有重大童工事件风险的运营点和供应商 | 员工权益与福利 |
| GRI 409: 强迫或强制劳动 (2016) | 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 | 员工权益与福利 |
| GRI 413: 当地社区 (2016) | 413-1 有当地社区参与、影响评估和发展计划的运营点 | 社会倡导 公益慈善 |
| GRI 414: 供应商社会评估 (2016) | 414-1 使用社会标准筛选的新供应商 | 供应链管理 |
| | 414-2 供应链中的负面社会影响和采取的行动 | 责任供应链 |
| GRI 416: 客户健康与安全 (2016) | 416-1 评估产品和服务类别的健康与安全影响 | 产品质量与安全 |
| | 416-2 涉及产品和服务的健康与安全影响的违规事件 | ESG 数据绩效表 |
| GRI 417: 营销与标识 (2016) | 417-1 对产品和服务信息与标识的要求 | 产品质量与安全 客户服务与权益保护 |
| | 417-2 涉及产品和服务信息与标识的违规事件 | ESG 数据绩效表 |
| | 417-3 涉及营销传播的违规事件 | ESG 数据绩效表 |
| GRI 418: 客户隐私 (2016) | 418-1 涉及侵犯客户隐私和丢失客户资料的经证实的投诉 | ESG 数据绩效表 |

联合国可持续发展目标 (SDGs) 索引表

| SDGs | SDGs 二级目标 | 报告章节 |
|---|--|--------------------------|
|  | 1.4 到 2030 年, 确保所有男女, 特别是穷人和弱势群体, 享有平等获取经济资源的权利, 享有基本服务, 获得对土地和其他形式财产的所有权和控制权, 继承遗产, 获取自然资源、适当的新技术和包括小额信贷在内的金融服务。 | 公益慈善 |
|  | 3.4 到 2030 年, 通过预防、治疗及促进身心健康, 将非传染性疾病导致的过早死亡减少三分之一。 | 可持续的社会生态: 成就美 社会倡导 |
|  | 4.1 到 2030 年, 确保所有男女童完成免费、公平和优质的中小学教育, 并取得相关和有效的学习成果。 | 公益慈善 |
| | 4.7 到 2030 年, 确保所有进行学习的人都掌握可持续发展所需的知识和技能, 具体做法包括开展可持续发展、可持续生活方式、人权和性别平等方面的教育、弘扬和平和非暴力文化、提升全球公民意识, 以及肯定文化多样性和文化对可持续发展的贡献。 | 可持续的社会生态: 成就美 社会倡导 |
|  | 5.1 在全球消除对妇女和女童一切形式的歧视。 | 可持续的社会生态: 成就美 社会倡导 |
|  | 6.3 到 2030 年, 通过以下方式改善水质: 减少污染, 消除倾倒废物现象, 把危险化学品和材料的排放减少到最低限度, 将未经处理废水比例减半, 大幅增加全球废物回收和安全再利用。 | 排放与废弃物 |
| | 6.4 到 2030 年, 所有行业大幅提高用水效率, 确保可持续取用和供应淡水, 以解决缺水问题, 大幅减少缺水人数。 | 水资源使用管理 |
|  | 7.2 到 2030 年, 大幅增加可再生能源在全球能源结构中的比例。 | 能源管理 |
| | 7.3 到 2030 年, 全球能效改善率提高一倍。 | |
|  | 8.5 到 2030 年, 所有男女, 包括青年和残疾人实现充分和生产性就业, 有体面工作, 并做到同工同酬。 | 员工权益与福利 |
| | 8.7 立即采取有效措施, 根除强制劳动、现代奴隶制和贩卖人口, 禁止和消除最恶劣形式的童工, 包括招募和利用童兵, 到 2025 年终止一切形式的童工。 | 员工权益与福利 负责任供应链 |
| | 8.8 保护劳工权利, 推动为所有工人, 包括移民工人, 特别是女性移民和没有稳定工作的人创造安全和有保障的工作环境。 | 员工权益与福利 职业健康与安全 |

| SDGs | SDGs 二级目标 | 报告章节 |
|---|--|--------------------------|
|  | 9.4 到 2030 年, 所有国家根据自身能力采取行动, 升级基础设施, 改进工业以提升其可持续性, 提高资源使用效率, 更多采用清洁和环保技术及产业流程。 | 资源节约使用 |
| | 9.5 在所有国家, 特别是发展中国家, 加强科学研究, 提升工业部门的技术能力, 包括到 2030 年, 鼓励创新, 大幅增加每 100 万人口中的研发人员数量, 并增加公共和私人研发支出。 | 研发创新 |
|  | 10.2 到 2030 年, 增强所有人的权能, 促进他们融入社会、经济和政治生活, 而不论其年龄、性别、残疾与否、种族、族裔、出身、宗教信仰、经济地位或其他任何区别。 | 可持续的社会生态: 成就美 社会倡导 |
|  | 11.6 到 2030 年, 减少城市的人均负面环境影响, 包括特别关注空气质量, 以及城市废物管理等。 | 排放与废弃物 |
|  | 12.2 到 2030 年, 实现自然资源的可持续管理和高效利用。 | 资源节约使用 |
| | 12.5 到 2030 年, 通过预防、减排、回收和再利用, 大幅减少废物的产生。 | 绿色包装 排放与废弃物 |
| | 12.6 鼓励各个公司, 特别是大公司和跨国公司, 采用可持续的做法, 并将可持续性信息纳入各自报告周期。 | 报告编制说明 |
| | 12.8 到 2030 年, 确保各国人民都能获取关于可持续发展以及与自然和谐的生活方式的信息并具有上述意识。 | 可持续的价值链: 传递美 |
|  | 13.3 加强气候变化减缓、适应、减少影响和早期预警等方面的教育和宣传, 加强人员和机构在此方面的能力。 | 气候变化减缓与适应 |
|  | 14.1 到 2025 年, 预防和大幅减少各类海洋污染, 特别是陆上活动造成的污染, 包括海洋废弃物污染和营养盐污染。 | 绿色包装 |
|  | 15.2 到 2020 年, 推动对所有类型森林进行可持续管理, 停止毁林, 恢复退化的森林, 大幅增加全球植树造林和重新造林。 | 负责任供应链 |
|  | 16.5 大幅减少一切形式的腐败和贿赂行为。 | 反腐败与商业道德 |

报告编制说明

《珀莱雅 2023 年度可持续发展暨环境、社会及公司治理 (ESG) 报告》(以下简称“本报告”)是珀莱雅化妆品股份有限公司发布的第 4 份可持续发展暨环境、社会及公司治理 (ESG) 报告,阐述了珀莱雅化妆品股份有限公司 2023 年度可持续发展及 ESG 治理所秉持的原则及推行的工作绩效,包括重要利益相关方所关注的环境、社会及公司治理议题。

编写依据

本报告依据上海证券交易所发布的 2023 版《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——规范运作》编制,并参考全球报告倡议组织 GRI《可持续发展报告标准》(2021)及联合国发布的《可持续发展目标》(SDGs)。

报告原则

本报告参考 GRI《可持续发展报告标准》(2021)的报告原则,确保报告信息的质量以及适当呈现:

重要性

公司识别出投资者等利益相关方关注的与经营相关的实质性议题,作为本报告汇报重点。本报告中对实质性议题的汇报同时关注公司运营涉及的行业特征以及所在地区特征。实质性议题的分析过程及结果详见本报告“实质性议题与利益相关方沟通”章节。同时,本报告对环境、社会和公司治理方面可能对投资人及其他相关方产生重要影响的事项进行重点汇报

准确性

本报告尽可能确保信息准确。其中,定量信息的测算已说明数据口径、计算依据与假定条件,以保证计算误差范围不会对信息使用者造成误导性影响。定量信息及附注信息详见本报告“可持续发展管理绩效”章节。董事会对报告的内容进行保证,不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏

平衡性

本报告内容反映客观事实,对涉及公司正面、负面的信息均予以不偏不倚的披露。公司对本报告范围内的对象,通过上海青悦信用数据库开展检索,在报告期间内未发现应当披露而未披露的负面事件

清晰性

本报告以简体中文及英文发布。本报告中包含表格、模型图以及专业名词表等信息,作为本报告中文字内容的辅助,便于利益相关方更好地理解报告中文字内容。为便于利益相关方更快获取信息,本报告提供目录及 ESG 标准的对标索引表

量化及一致性

本报告披露关键定量绩效指标,并尽可能披露历史数据。本报告对同一指标在不同报告期内的统计及披露方式保持一致;若统计及披露方式有更改,在报告附注中予以充分说明,以便利益相关方进行有意义的分析,评估公司 ESG 绩效水平发展趋势

完整性

本报告披露对象范围涵盖与公司合并财务报表范围保持一致本报告涵盖珀莱雅化妆品股份有限公司及其附属公司化妆品业务,具体信息详见“附录:报告范围”

时效性

本报告为年度报告,覆盖时间范围为 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日。公司尽力在报告年度结束后尽快发布报告,为利益相关方决策提供及时的信息参考

可验证性

本报告中案例和数据来自公司实际运行的原始记录或财务报告。所披露数据来源及计算过程均可追溯,可用于支持外部鉴证工作检查

报告范围

组织范围:本报告涵盖珀莱雅化妆品股份有限公司及其附属公司的化妆品业务。部分数据的统计范围与此不同,已在数据部分说明。具体信息详见“附录:报告范围”。

报告中简称释义如下:

| 简称 | 释义 |
|------------|-------------------|
| 珀莱雅、公司、我们 | 珀莱雅化妆品股份有限公司 |
| 护肤工厂 | 珀莱雅化妆品股份有限公司湖州分公司 |
| 彩妆工厂、浙江比优媞 | 浙江比优媞化妆品有限公司 |

数据说明

报告中数据和案例来自公司实际运行的原始记录或财务报告

报告中的财务数据均以人民币为单位。财务数据与公司年报财务报告不符的,以年度报告为准

可靠性保证

珀莱雅承诺:本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。珀莱雅董事会对 ESG 管理及汇报承担整体责任对本报告涉及的珀莱雅化妆品股份有限公司,通过上海青悦信用数据库开展检索,未发现负面环境信息

联系我们

关于本报告或珀莱雅 ESG 治理相关的问询,可通过以下方式与我们联系

联系地址:中国浙江省杭州市西湖区西溪路 588 号

联系邮箱:proya-group@proya.com

电话:+86-571-87352850

网址:www.proya-group.com

附录：报告范围

| 序号 | 子公司名称 | 是否纳入报告 |
|----|-------------------|--------|
| 1 | 珀莱雅化妆品股份有限公司 | 是 |
| 2 | 珀莱雅化妆品股份有限公司湖州分公司 | 是 |
| 3 | 珀莱雅化妆品股份有限公司上海分公司 | 是 |
| 4 | 杭州珀莱雅贸易有限公司 | 是 |
| 5 | 韩娜化妆品株式会社 | 是 |
| 6 | 韩雅（湖州）化妆品有限公司 | 是 |
| 7 | 乐清莱雅贸易有限公司 | 是 |
| 8 | 湖州优姿莱贸易有限公司 | 是 |
| 9 | 秘镜思语（杭州）化妆品有限公司 | 是 |
| 10 | 浙江美丽谷电子商务有限公司 | 是 |
| 11 | 湖州创代电子商务有限公司 | 是 |
| 12 | 杭州科瑞肤贸易有限公司 | 是 |
| 13 | 湖州可颜贸易有限公司 | 是 |
| 14 | 悦芙媞（杭州）化妆品有限公司 | 是 |
| 15 | 悦芙媞株式会社 | 是 |
| 16 | 湖州悦芙媞贸易有限公司 | 是 |
| 17 | 香港可诗贸易有限公司 | 是 |
| 18 | 香港星火实业有限公司 | 是 |
| 19 | 香港仲文电子商务有限公司 | 是 |
| 20 | 香港旭晨贸易有限公司 | 是 |
| 21 | 湖州优妮蜜化妆品有限公司 | 是 |
| 22 | 宁波彩棠化妆品有限公司 | 是 |
| 23 | 杭州彩棠化妆品有限公司 | 是 |
| 24 | 宁波可诗贸易有限公司 | 是 |
| 25 | 浙江比优媞化妆品有限公司 | 是 |

| 序号 | 子公司名称 | 是否纳入报告 |
|----|---------------------------------|--------|
| 26 | 株式会社オー・アンド・アール | 是 |
| 27 | 宁波汤愈贸易有限公司 | 是 |
| 28 | 杭州维洛可化妆品有限公司 | 是 |
| 29 | 杭州欧蜜思贸易有限公司 | 是 |
| 30 | 珀莱雅（海南）化妆品有限公司 | 是 |
| 31 | 圣歌兰（杭州）化妆品有限公司 | 是 |
| 32 | 珀莱雅（浙江）化妆品有限公司 | 是 |
| 33 | PROYA PTE. LTD. | 是 |
| 34 | PROYA BEAUTY MALAYSIA SDN. BHD. | 是 |
| 35 | 杭州珀莱雅商业经营管理有限公司 | 否 |
| 36 | 杭州铁了心爱泥餐饮管理有限公司 | 否 |
| 37 | 杭州撸小铁健身有限公司 | 否 |
| 38 | Proya Europe SARL | 否 |
| 39 | 上海仲文电子商务有限公司 | 否 |
| 40 | 湖州牛客科技有限公司 | 否 |
| 41 | 杭州万言文化传媒有限公司 | 否 |
| 42 | 香港万言电子商务有限公司 | 否 |
| 43 | 宁波珀莱雅企业咨询管理有限公司 | 否 |
| 44 | 浙江青雅文化艺术传播有限公司 | 否 |
| 45 | 博雅（香港）投资管理有限公司 | 否 |
| 46 | 杭州一桌文化传媒有限公司 | 否 |
| 47 | 广州千汐网络科技有限公司 | 否 |
| 48 | 徐州莱珀信息技术有限公司 | 否 |
| 49 | 湖北省莱珀科技有限公司 | 否 |



Bureau Veritas Certification

温室气体核查声明

授予

珀莱雅化妆品股份有限公司

必维认证（北京）有限公司（以下简称“必维”）受珀莱雅化妆品股份有限公司的委托，对珀莱雅化妆品股份有限公司报告的温室气体排放量进行独立的第三方核查，本核查声明适用于下文所述工作范围内的相关信息。范围内确定的温室气体排放量由珀莱雅化妆品股份有限公司全权负责提供。必维的职责是对所报告的温室气体排放量的准确性，以及与温室气体数据有关的收集、分析和计算相关的体系和流程提供独立的第三方核查。

核查范围：

- 核查场所名称：珀莱雅化妆品股份有限公司
- 核查地址：中国浙江省杭州市西湖区西溪路 588 号珀莱雅大厦
- 温室气体报告期：2023 年 01 月 01 日 - 2023 年 12 月 31 日

组织边界：珀莱雅化妆品股份有限公司及其生产基地实施运营控制的活动和设施（见附页）

报告边界：珀莱雅化妆品股份有限公司及其生产基地组织边界内，化妆品的研发、销售及一般液态单元（护发清洁类、护肤水类、啫喱类）、膏霜乳液单元（护发类、护肤清洁类）、粉单元（散粉类、块状粉类）和蜡基单元产品的生产和相关管理活动过程中产生的温室气体排放及其重要的间接温室气体排放

经核查的排放量：

- 类别1：直接温室气体排放：2054.66 吨二氧化碳当量
- 类别2：输入能源的间接温室气体排放（基于位置）：8857.27 吨二氧化碳当量
输入能源的间接温室气体排放（基于市场）：5366.23 吨二氧化碳当量
- 类别3：运输的间接温室气体排放：9817.46 吨二氧化碳当量
- 类别4：组织使用产品的间接温室气体排放：74188.51 吨二氧化碳当量
- 类别5：与使用组织产品有关的间接温室气体排放：4188.55 吨二氧化碳当量
- 类别6：其它来源的间接温室气体排放：非重要间接排放，未量化

经量化的总排放量（基于位置）：99106.45 吨二氧化碳当量

经量化的总排放量（基于市场）：95615.41 吨二氧化碳当量

限制性叙述：排除其他非重要间接温室气体排放

温室气体盘查依据：

- ISO 14064-1:2018 温室气体 - 部分1：组织层面温室气体排放和移除的量化和报告的要求及指南

温室气体核查依据：

- ISO 14064-3:2019 温室气体 - 部分3：温室气体声明核查和审定规范及指南

保证等级：

- 合理保证等级

核查方法：

- 与员工进行访谈；
- 评审提供的文件证据；
- 评审数据和信息系统，以及GHG排放数据的收集、汇总和分析方法；
- 对GHG排放数据进行抽样核查。

核查意见：

基于核查工作实施过程和核查发现，珀莱雅化妆品股份有限公司在盘查报告中提供的温室气体排放量数据，与 ISO 14064-1: 2018 温室气体 - 部分1：组织层面温室气体排放和移除的量化和报告的要求及指南是相符的。

认证机构地址：中国北京市东城区东长安街1号东方广场西一办公楼9层902室，邮编：100738

需进一步澄清本声明书的核查范围，可直接向持本声明书者查询

要查证本声明书之有效状态请电：+86 10 59683888 或 +86 20 83073800

第1页，共3页



Bureau Veritas Certification

独立、公正和胜任能力声明：

必维集团是一家拥有190多年历史，在质量、环境、职业健康安全和社会责任领域提供独立验证服务的机构。必维核查团队与珀莱雅化妆品股份有限公司及其管理人员不存在其它的商业关系，核查团队的核查活动是独立的、公正的，不存在任何利益冲突。必维在整个业务范围内实施商业道德准则，以确保员工在日常业务活动中保持最高的道德标准。

核查组长：冯国桥

声明书编号：EMI21763430GZ

版本号：No.1

核查日期：2024年3月25~27日

签发日期：2024年4月2日

必维认证（北京）有限公司授权代表

认证机构地址：中国北京市东城区东长安街1号东方广场西一办公楼9层902室，邮编：100738

需进一步澄清本声明书的核查范围，可直接向持本声明书者查询

要查证本声明书之有效状态请电：+86 10 59683888 或 +86 20 83073800

第2页，共3页



Bureau Veritas Certification

温室气体核查声明书 (附件)

| 代码 | 组织名称 | 核查地址 | 范围 | 经核查的排放量 (吨二氧化碳当量) | |
|----|-------------------|----------------------------|--|----------------------|--------------------------------|
| | | | | 类别 | 排放量 |
| 1 | 珀莱雅化妆品股份有限公司 | 中国浙江省杭州市西湖区西溪路 588 号珀莱雅大厦 | 珀莱雅化妆品股份有限公司组织边界内, 化妆品的研发、销售和相关管理活动过程中产生的温室气体排放及其重要的间接温室气体排放 | 类别 1 | 807.99 |
| | | | | 类别 2 | 2121.19 |
| | | | | 类别 3 | 9804.55 |
| | | | | 类别 4 | 47474.12 |
| | | | | 类别 5 | 4188.55 |
| | | | | 类别 6 | / |
| 2 | 珀莱雅化妆品股份有限公司湖州分公司 | 中国浙江省湖州市上强工业园国道北路 16 号 | 珀莱雅化妆品股份有限公司湖州分公司组织边界内, 一般液态单元 (护发清洁类、护肤水类、啫喱类)、膏霜乳液单元 (护发类、护肤清洁类)、粉单元 (散粉类) 化妆品的生产和相关管理活动过程中产生的温室气体排放及其重要的间接温室气体排放 | 类别 1 | 1246.67 |
| | | | | 类别 2 | 基于位置: 6278.59 基于市场: 2787.55 |
| | | | | 类别 3 | 1.38 |
| | | | | 类别 4 | 24595.35 |
| | | | | 类别 5 | / |
| | | | | 类别 6 | / |
| 3 | 浙江比优妮化妆品有限公司 | 中国浙江省湖州市吴兴区埭溪镇官泽路 55 号 2 幢 | 浙江比优妮化妆品有限公司组织边界内, 化妆品的制造包括一般液态单元 (护肤水类、啫喱类、护发清洁类)、膏霜乳液单元 (护肤清洁类、护发类)、粉单元 (散粉类、块状粉类) 及蜡基单元产品和相关管理活动过程中产生的温室气体排放及其重要的间接温室气体排放 | 类别 1 | 0 |
| | | | | 类别 2 | 457.49 |
| | | | | 类别 3 | 11.53 |
| | | | | 类别 4 | 2119.04 |
| | | | | 类别 5 | / |
| | | | | 类别 6 | / |

声明书编号: EMI21763430GZ

注:
类别1: 直接温室气体排放
类别2: 输入能源的间接温室气体排放
类别3: 运输的间接温室气体排放
类别4: 组织使用产品的间接温室气体排放
类别5: 与使用组织产品有关的间接温室气体排放
类别6: 其它来源的间接温室气体排放

认证机构地址: 中国北京市东城区东长安街1号东方广场西一办公楼9层902室, 邮编: 100738
需进一步澄清本声明书的核查范围, 可直接向持本声明书者查询
要查证本声明书之有效状态请电: +86 10 59683888 或 +86 20 83073800
第3页, 共3页



Bureau Veritas Certification

BUREAU VERITAS 验证声明

验证目的

BUREAU VERITAS (以下简称 BV) 受珀莱雅化妆品股份有限公司 (以下简称“珀莱雅”) 的委托对珀莱雅化妆品股份有限公司的《2023 年度可持续发展暨环境、社会及公司治理 (ESG) 报告》 (以下简称《报告》) 执行第三方验证工作。报告中所有信息全部由珀莱雅提供, BV 没有参与报告编写过程。BV 的职责是在评审报告信息收集、分析和管理过程的基础上, 针对报告披露信息的客观性和可靠性提供独立的验证声明。

验证范围

验证过程是按照 AA1000 保证标准 V3 的要求进行的, 基于第 2 类问责原则和所涉及的绩效信息。工作范围包括:

- 验证《报告》在披露期限 (2023.1.1~2023.12.31) 内的关键数据、信息及其管理支持系统的准确性和客观性;
- 对《报告》中数据和信息的收集、汇总、分析、检查等管理过程进行评价;
- 根据 AA1000 问责原则 (2018) 的主要原则对报告进行评估
 - 包容性
 - 实质性
 - 响应性
 - 影响性
- 验证现场为珀莱雅杭州总部, 位于中国浙江省杭州市西湖区西溪路 588 号珀莱雅大厦, 验证过程中 BV 拜访了珀莱雅相关管理职能部门, 没有拜访珀莱雅其它利益相关方。
- 以下信息排除在验证范围之外:
 - 信息披露期限之外的活动信息;
 - 关于珀莱雅立场观点、信仰、目标、未来意图和承诺的陈述;
 - 通过第三方财务审计的财务数据和信息。

本报告保证级别为中等级别保证。

验证方法

验证过程包括如下活动:

- 与提供社会责任信息和数据的相关部门人员进行访谈;
- 评审珀莱雅提供的文件证据;
- 对报告中绩效数据进行抽样验证;
- 评价绩效数据和信息的收集与管理过程。



Bureau Veritas Certification

验证活动根据《BV 验证管理程序》进行，采用 AA1000 和 ISAE3000 审验标准进行社会责任报告验证，同时参考 GRI 标准评价报告内容的客观性、完整性、实质性、响应性和平衡性。验证活动基于 BV 认定的合理的、有限而非绝对的基础上进行策划、实施和得出结论。

验证发现

根据我们的方法和上述活动，我们认为：

- 珀莱雅 2023 可持续发展报告中包含的信息和数据是准确、可靠的，没有重大错误或错报；
- 报告公正地反映了珀莱雅在报告期间的活动；
- 信息以清晰、易懂和易于理解的方式呈现，并使读者能够对 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日期间珀莱雅的业绩和状况形成公正的意见；
- 报告恰当地反映了组织在其运营中对包容性、重要性、响应性和影响力的 AA1000 保证标准 V3 原则的一致性和实施情况。详情如下：
- 为收集、汇总和分析相关信息，珀莱雅建立了适当的系统；

验证结论

经现场验证，我们注意到在我们核查的范围内，没有任何迹象表明《报告》中披露的信息和数据不是客观可靠的，BV 没有发现对可持续发展报告造成重大影响的系统性或实质性错误。

包容性

珀莱雅制定了与主要利益相关方(包括具有社会责任的投资者、客户、员工、供应链和当地社区)互动的流程，并在 2023 年开展了一系列正式的利益相关者参与活动，涵盖经济、社会和环境等一系列重大主题。

客观性

报告披露的信息和数据是客观的、可靠的，珀莱雅采用数据信息系统采集和整理可持续发展方面的绩效数据，通过现场验证，珀莱雅提供的证据可靠，报告内容具有客观性。

完整性

报告范围覆盖珀莱雅及其对财务和运营有控制权的所有实体，报告以“环境责任”、“产品与客户责任”、“供应链责任”、“员工责任”、“社区责任”为重点，同时披露了公司治理、合规运营等利益相关方关注的议题，并参考了全球可持续标准委员会 (GSSB) 发布的《GRI 可持续发展报告标准》(以下简称“GRI 标准”) 的披露要求。

实质性

珀莱雅参考 GRI 标准要求，合理识别可持续发展的实质性议题，披露了公司可持续发展管理和运营过程中的战略、管理行动和绩效数据，报告内容具有实质性。



Bureau Veritas Certification

响应性

报告围绕利益相关方关注的议题，尤其是产品和服务品质、化学品安全与成分透明、负责任营销、绿色包装、员工权益与福利等关键议题进行了信息披露和回应，报告具有响应性。

影响性

珀莱雅的管理系统可以监控、衡量他们的行为如何影响更广泛的生态系统，并对其负责。

验证独立性、公正性及能力声明

BUREAU VERITAS 是一家拥有 196 年历史，在质量、环境、职业健康安全和社会责任领域提供独立验证服务的机构，验证小组成员与委托方珀莱雅无任何利益或冲突关系，验证活动是独立的、公正的。



邹凤贤
中国区总监
BUREAU VERITAS 认证部
2024 年 4 月 09 日

卢国强
验证组组长
BUREAU VERITAS 认证部
2024 年 4 月 08 日